

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden Koulutusohjelma
Yritysten ja taloushallinnon juridiikka

Tero Astikainen

Kuluttajansuoja verkkokaupassa

Opinnäytetyö 2012

Tiivistelmä

Tero Astikainen

Kuluttajansuoja verkkokaupassa, 64 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Liiketalouden Koulutusohjelma

Yritysten ja taloushallinnon juridiikka

Opinnäytetyö 2012

Ohjaaja: Yliopettaja Marjut Heikkilä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, kuinka kuluttajaa ja hänen oikeuksiaan suojataan lainsäädännöllä, kun ostoksia tehdään verkkokaupassa. Työssä keskityttiin antamaan lukijalle selvä kuva lainsäädännöstä, joka sääntelee verkkokaupankäyntiä, kun asiakkaana on kuluttaja ja myyjänä elinkeinonharjoittaja. Työssä selvitetään myös Suomen kuluttajahallinnon rakennetta ja tehtäviä. Lisäksi työssä pyritään tuomaan esille keskeisiä kuluttajan oikeuksia ja velvollisuuksia suhteessa kauppiaseen, kun kauppatapana on etämyynti. Keskeiseksi aiheeksi työssä nousi myös lainvalinta eli juridinen ongelma erilaisissa tilanteissa sovellettavan lain valinnasta. Työssä käsiteltiin myös Tullin tehtäviä ja niistä kuluttajalle johtuvia toimenpiteitä, kun kuluttaja tilaa tuotteita ulkomaisen elinkeinonharjoittajan ylläpitämästä verkkokaupasta. Lisäksi opinnäytetyössä annetaan joitain käytännön ohjeita kuluttajalle turvalliseen verkkokaupankäyntiin ja valituksen tekemiseen kulloinkin oikealle taholle.

Teoriaosuudessa keskityttiin tutkimaan verkossa tapahtuvaa kuluttajakauppaa säätelevän lainsäädännön erityispiirteitä. Työssä tarkastellaan erityisesti kuluttajan näkökulmasta tärkeitä lainkohtia, jotka säätelevät verkkokaupankäyntiä eli etämyyntiä. Tutkimusmenetelmänä tässä työssä oli kvalitatiivinen tutkimus. Työ toteutettiin keräämällä aineistoa erilaisista kirjallisista ja sähköisistä lähteistä. Opinnäytetyön aiheen takia lähdemateriaalin hankinnassa painotettiin erilaisia verkkojulkaisuja sekä muita sähköisiä lähteitä. Lähteiden valinnalla pyrittiin siihen, että työn lukijan on helppo käydä tarkistamassa viimeisin lainsäädäntö sekä käytännön ohjeet turvallista verkkokaupankäyntiä varten. Teoriaosuuden tukena tässä opinnäytetyössä toimi teemahaastattelu, jolla pyrittiin selvittämään ajankohtaisia ongelmia, joihin kuluttajat törmäävät asioidessaan verkkokaupoissa.

Opinnäytetyön tuloksena saatiin selkeä ja ajankohtainen paketti verkkokaupankäyntiin liittyvästä kuluttajansuojalainsäädännöstä sekä niistä oikeuksista ja velvollisuuksista, joita kuluttajalla on ostaessaan tuotteita verkkokaupasta.

Asiasanat: Kuluttajansuoja, etämyynti, verkkokauppa

Abstract

Tero Astikainen

Consumer protection in electronic commerce, 64 pages, 1 appendix

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration Lappeenranta

Specialisation of Corporate and Financial Law

Bachelor's Thesis 2012

Instructor: Ms Marjut Heikkilä, Principal lecturer

The purpose of this thesis was to research how consumers are protected in distance selling situation, which electronic commerce is. Objective was to study and compare Finnish consumer protection law to consumer laws of the European Union. The primary object was to produce a thesis that could help Finnish consumer to safely shop online.

The research method of this thesis was qualitative research. The source materials in this study were books, magazines, laws and numerous websites. Because of the subject of this thesis, different website sources were used a lot. Also different Finnish laws and laws of the European Union played important role when this thesis was made. The empiric section was made by theme interview. The purpose of the interview was to find out current information about the problems that Finnish consumers have in e-commerce.

This thesis answers following questions: What are consumer protection laws and how they regulate electronic commerce? What needs to be taken notice if Finnish consumers buy products online from another European Union country? What if the web store is outside of the European taxation and custom zone? Thesis also gives information about Finnish customs and taxation when consumer imports products to Finland. As a result of this thesis is a current information package for Finnish consumers who want to safely buy products from web stores.

Keywords: electronic commerce, consumer protection

Sisältö

Sisältö	4
1 Johdanto	6
1.1 Opinnäytetyön tarkoitus	7
1.2 Opinnäytetyön aiheen rajausta	7
1.3 Tutkimusmenetelmät	8
2 Kuluttajansuoja	8
2.1 Kuluttajahallinto Suomessa	9
2.1.1 Kuluttajavirasto	10
2.1.2 Kuluttajaneuvonta	12
2.1.3 Euroopan kuluttajakeskus	13
2.1.4 Kuluttajariitalautakunta	15
2.2 Kuluttajansuojan ja siihen liittyvän lainsäädännön yleisiä käsitteitä	16
2.2.1 Kulutushyödyke	16
2.2.2 Kuluttaja	16
2.2.3 Elinkeinonharjoittaja	17
2.2.4 Kuluttajakauppa	17
2.2.5 Lain pakottavuus	18
2.2.6 Etämyynti	19
3 Verkkokaupan kuluttajansuoja	19
3.1 Soveltamisalan rajoitukset etämyynnissä	20
3.2 Ennakkotiedot etämyynnissä	21
3.3 Ennakkotietojen vahvistaminen	24
3.4 Sopimuksen täyttäminen	25
3.5 Peruuttamisoikeus etämyynnissä	28
3.5.1 Peruuttamisoikeus kuluttajansuojalakia sovellettaessa	28
3.5.2 Peruuttamisoikeus etämyyntidirektiiviä sovellettaessa	34
3.6 Sovelletavan lain valinta	36
3.7 Kuluttajansuoja EU:n ulkopuolisessa verkkokaupassa	39
3.8 Kuluttajariitalautakunnan ratkaisuja etämyynnin peruutusoikeudesta	39
3.8.1 KRIL (856/36/06) mittatilaustuote, peruutusoikeus	39
3.8.2 KRIL (4665/32/08) toimitustapa, peruutusoikeus	40
3.8.3 KRIL (03/36/3370) hygieniatuote, peruutusoikeus	41
4 Tulli ja verkkokauppa	42
4.1 Verotus ja tullimaksut toisesta EU-maasta tilattaessa	43
4.2. Verotus ja tullimaksut EU:n ulkopuolelta tilattaessa	44
4.2.1 Arvonlisävero	44

4.2.2 Tullimaksut.....	45
4.2.3 Esimerkkejä arvonlisäveron ja tullimaksun määräytymisestä	46
4.2.4 Tilauksen palauttaminen	48
4.3 Tuontirajoitukset	49
4.3.1 Lääkkeet	49
4.3.2 Muita rajoituksia	49
4.4 Tullaaminen käytännössä	50
5 Pohdintaa	51
5.1 Turvallinen verkkokaupankäynti	51
5.2 Kuluttajan valitustie	54
5.2.1 Riidat suomalaisen elinkeinonharjoittajan kanssa.....	54
5.2.2 Riidat muualla EU:ssa toimivan elinkeinonharjoittajan kanssa	56
Kuvat.....	58
Kaaviot.....	59
Lähteet.....	60

Liite

Liite 1. Teemahaastattelun kysymykset

1 Johdanto

Verkossa tapahtuva kaupankäynti on kasvanut merkittäväksi osaksi kaikkea kuluttajakauppaa. Internet-nopeuksien kasvaminen ja 3G-verkkojen saatavuus lähestulkoon koko Suomen alueen kattavaksi sekä erilaisten etämyyntimethodien kehittyminen ovat osaltaan vaikuttaneet verkkokaupankäynnin yleistymiseen. Tämä on johtanut siihen, että yhä useampi suomalainen suorittaa ostoksia säännöllisesti kotoaan. Suomalaisten kuluttajien verkkokaupan euromääräinen kokonaisarvo on lähes kaksinkertaistunut vuosien 2007 ja 2011 välillä. Internetin kautta joskus tilanneiden tai ostaneiden suomalaisten kuluttajien osuus on kasvanut 20 prosenttiyksikköä vuodesta 2007 (Tilastokeskus 2011).

Ennen tietoverkkojen kehittymistä ja sen myötä tapahtunutta verkkokaupankäynnin yleistymistä etämyyntiä harjoitettiin pääasiassa puhelimen välityksellä tai postimyyntinä erilaisten katalogien ja mainosten avulla. Toki posti- ja puhelinmyyntiä harjoitetaan vieläkin, mutta yleisesti voidaan sanoa, että verkkokaupat ovat syrjäyttäneet tai tulevat ainakin osittain syrjäyttämään perinteisen kuvastoilla ja erilaisilla mainoslehtisillä tapahtuvan postimyynnin.

Syitä sähköisen kaupankäynnin yleistymiseen on monia. Merkittävimpiä näistä ovat ostosten suorittamisen helppous sekä mahdollisesti alhaisemmat hinnat verrattuna siihen, että kuluttaja ostaisi tuotteen kauppiaan ylläpitämästä myymälästä. Elinkeinonharjoittajalla on yleensä mahdollisuus myydä verkkokaupassaan tuotteita halvemmalla hinnalla, mikä johtuu pienemmistä kustannuksista suhteessa siihen, että tuote olisi esillä kauppiaan toimipisteessä. Tämän vuoksi hintatietoiset kuluttajat ostavat tuotteensa yhä useammin verkosta. Verkkokaupassa aukioloajat eivät rajoita ostosten tekoa. Kuluttaja voi tehdä ostoksensa silloin, kun se hänelle parhaiten sopii, ja ostetut tuotteet voidaan toimittaa kuluttajan kotiovelle. Myös eri tuotteiden ominaisuuksien ja tuotetietojen vertailumahdollisuus on varmasti merkittävä syy käydä kauppaa Internetin välityksellä. Kuluttajan on helpompi tutustua rauhassa kotonaan eri vaihtoehtoihin ja vertailla tuotteiden hintoja sekä niiden ominaisuuksia, ja valita ostopaikka tämän vertailun perusteella.

Juridisesti tarkasteltuna verkkokaupankäynti on siis etämyyntiä, jossa ostaja ja myyjä eivät ole samanaikaisesti läsnä. Etämyynissä varsinainen kauppa sekä sitä edeltävä markkinointi ja tuotteen esittely tapahtuvat kokonaan sähköpostilla, puhelimella tai muilla etäviestintävälineillä. Tällaisessa kaupankäynnissä kuluttajan oikeuksia suojataan laajemmin kuin muussa kuluttajakaupassa.

1.1 Opinnäytetyön tarkoitus

Tässä opinnäytetyössä keskitytään antamaan ajantasaista tietoa kuluttajalle hänen oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan verkkokaupankäynnissä. Tavoitteena on tuoda selkeästi esiin ne seikat, joita tulee ottaa huomioon, kun kuluttaja tilaa tuotteita verkosta ja kuinka toimia, mikäli ongelmia ilmenee. Tarkoituksena on, että opinnäytetyön luettuaan lukija on tietoinen omista oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan sekä mahdollisesta valitustiestä, jota käyttämällä mahdollisesti tapahtunut vääryys on oikaistavissa kuluttajan eduksi. Lisäksi työssä annetaan joitain konkreettisia neuvoja, joita noudattamalla voi tehdä verkko-ostoksia turvallisesti.

1.2 Opinnäytetyön aiheen rajaus

Tämä opinnäytetyö käsittelee kuluttajansuojaa sähköisessä kaupankäynnissä, eli etämyyntitilanteessa, jossa kaupan osapuolina ovat kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja. Tällaista kaupankäyntiä sääntelee kuluttajansuojalaki (20.1.1978/38) ja ns. etämyyntidirektiivi (97/7/EY). Työssä keskitytään erityisesti suomalaisen kuluttajan juridiseen asemaan etämyynissä sekä mahdollisiin ongelmatilanteisiin, joita suomalainen kuluttaja voi kohdata asioidessaan EU-alueella sijaitsevassa verkkokaupassa tai EU-alueen ulkopuolella sijaitsevan maan verkkokaupassa. Lisäksi työssä kerrotaan niistä rajoituksista, joita Tulli asettaa erilaisten tuotteiden maahantuonnille, sekä selvennetään Suomen kuluttajansuojahallinnon rakennetta ja tehtäviä.

Tässä opinnäytetyössä ei ole tarkoitus käsitellä yritysten välistä kaupankäyntiä eikä yksityisten henkilöiden välistä kauppaa. Työssä ei myöskään tutkita sitä osaa kuluttajansuojalainsäädännöstä, joka rajataan pois kuluttajansuojalain 6 luvun 6§:ssä, eikä sellaista osaa etämyyntidirektiivistä, joka rajataan pois etämyyntidirektiivin 3 artiklassa. Työssä keskitytään siis käsittelemään nimen-

omaan kulutushyödykkeen ostamista etämyyntimenetelmällä. Työssä ei myöskään erikseen käsitellä tuotteen tai palvelun virheestä, viivästyksestä tai takuusta johtuvia seikkoja. Niiden osalta on etämyynnissä voimassa se, mitä kuluttajansuojalain 5 luvussa kuluttajakaupasta yleisesti säädetään.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Tämä opinnäytetyö on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Työssä käsitellään teoreettisesti kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välistä verkkokaupankäyntiä ja sitä säätelevää lainsäädäntöä. Teorian tukena esitetään joitain kuluttajariitalautakunnan ratkaisuja. Lisäksi teoria osuutta on tukemassa teemahaastattelu, jolla selvitetään ajankohtaisia kuluttajien verkkokauppaan liittyviä ongelmia. Aihevalinnan vuoksi, tämän opinnäytetyön lähteinä on pyritty käyttämään erityisesti sähköisiä lähteitä. Lisäksi apuna käytetään alaan liittyviä kirjoja ja lehtiä. Aihetta säätelevät lait ja asetukset ovat myös oleellinen osa tätä työtä. Merkittävin laki tämän työn kannalta on kuluttajansuojalaki ja erityisesti sen 6 luku, jossa käsitellään etämyyntiä, jota verkkokaupankäynti juridisesti tarkasteltuna on.

2 Kuluttajansuoja

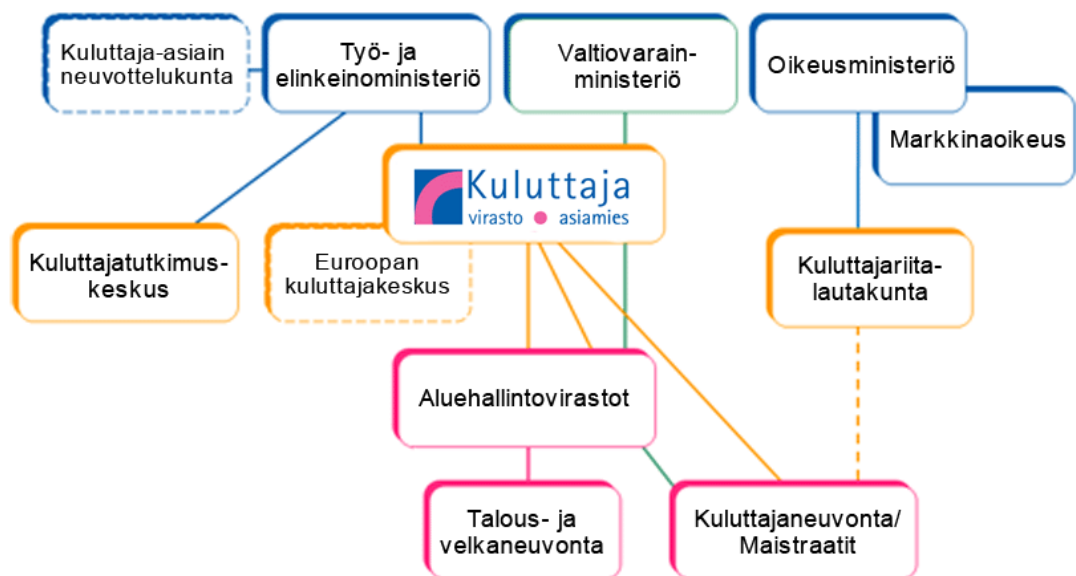
Kuluttajaa suojaavan lainsäädännön periaatteena on suojata kaupan heikompa osapuolta eli kuluttajaa suhteessa kaupan vahvempaan osapuoleen, eli elinkeinonharjoittajaan. Kuluttaja on monelta osin heikommassa asemassa elinkeinonharjoittajaan nähden. Kuluttajan erityisen suojantarpeen lähtökohtana pidetään sitä seikkaa, että elinkeinonharjoittaja pyrkii tavoittelemaan suurinta mahdollista taloudellista hyötyä suhteessa kuluttajaan. Useat tärkeimmät kuluttajansuojan säännökset ovat pakottavaa lainsäädäntöä. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, ettei heikomman osapuolen eli kuluttajan asemaa voida sopimuksella heikentää laissa säädetystä tai sitä, ettei heikompi osapuoli voi etukäteen sopia pakottavan lainsäädännön vastaisista sopimusehdoista. Tällä varmistetaan se, ettei kuluttaja epähuomiossa tai elinkeinonharjoittajan myötävaikutuksella sovi itselleen kohtuutonta sopimusehtoa. (Ämmälä 2006, 4.)

Suomen kuluttajansuojalaki on säädetty vuonna 1978, ja se oli aikanaan edistysellinen. Vuoden 1978 jälkeen sitä on täydennetty ja tarkennettu useasti.

Etämyyntiä käsittelevä luku 6 on vuodelta 2000, ja se antaa monelta osin kuluttajalle laajemman suojan kuin Euroopan unionissa voimassa oleva etämyyntidirektiivi velvoittaisi. Etämyyntidirektiivi määrittelee etämyynnillä tapahtuvan kuluttajakaupan kuluttajansuojan vähimmäistason, jonka jokainen EU-maa joutuu omassa lainsäädännössään takaamaan. Jäsenmaat voivat antaa kuluttajalle laajempaakin suojaa kuin direktiivi edellyttää, kuten esimerkiksi Suomi on omassa kansallisessa lainsäädännössään tehnyt. (Euroopan kuluttajakeskus 2012a.) On arvioitu, että ainakin 75 % Suomen kuluttajansuojan säännöksistä pohjautuu EU:n lainsäädäntöön ja sen vuoksi voidaan sanoa, että Suomen kuluttajansuoja on muovautunut ajan kuluessa EU-oikeudeksi (Ämmälä 2005, 1).

2.1 Kuluttajahallinto Suomessa

Suomessa kuluttaja-asiat kuuluvat työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalle. Kuluttajan hyvinvointiin ja oikeusturvaan liittyvät kysymykset ovat pitkälti riippuvaisia markkinoiden toimivuudesta. Kuluttajaoikeudellisen lainsäädännön valmistelu kuuluu kuitenkin oikeusministeriön hallinnonalalle, kuten myös markkinaoikeus ja kuluttajariitalautakunta (Kuluttajavirasto 2012a). Kokonaisuudessaan Suomen kuluttajahallinnon rakenne selviää alla olevasta kuvasta.



Kuva 1. Kuluttajahallinnon rakenne Suomessa (Kuluttajavirasto 2012a)

Kuten kuvasta käy ilmi, Suomessa kuluttajan asemaan ja oikeusturvaan vaikuttaa moni taho ja vastuuta on jaettu laajalle. Taustalla vaikuttaa Euroopan unio-

nin lainsäädäntö, ja kuluttajansuojaa ollaankin yhdenmukaistamassa koko EU-alueella. Mahdollisissa riitatilanteissa kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä, suomalainen kuluttaja voi kääntyä kuluttajaviraston tai Euroopan kuluttajakeskuksen puoleen sen mukaan, onko riidan toisena osapuolena oleva elinkeinonharjoittaja kotimaasta vai muualta EU:sta.

2.1.1 Kuluttajavirasto

Kuluttajaviraston toimintaa säätelee laki Kuluttajavirastosta (18.12.1998/1056), jonka 1§:ssä säädetään viraston tehtävistä seuraavaa:

Kuluttajien taloudellisen ja oikeudellisen aseman turvaamista sekä kuluttajapolitiikan toteuttamista varten on Kuluttajavirasto, jossa on kuluttaja-asiamies. Kuluttajaviraston ylijohtaja toimii kuluttaja-asiamiehenä.

Kuluttajavirasto edistää ja toteuttaa kuluttajavalistusta ja -kasvatusta, tekee kuluttajakysymyksiin liittyviä selvityksiä ja vertailuja sekä esityksiä ja aloitteita kuluttajansuojan ja kuluttajapolitiikan kehittämiseksi.

Viraston toimintaa ohjaa johtokunta, jossa on kuusi jäsentä. Tällä hetkellä Kuluttajaviraston ylijohtajana toimii Päivi Hentunen, joka toimii myös kuluttaja-asiamiehenä sekä johtokunnan esittelijänä. Kuten laki edellyttää, virasto siis valvoo kuluttajansuojalainsäädännön toteutumista ja ohjaa muita tahoja edistämään suomalaisen kuluttajan oikeuksia. (Kuluttajavirasto 2012f.)

Verkkosivuillaan Kuluttajavirasto (2012b) ilmoittaa strategiakseen:

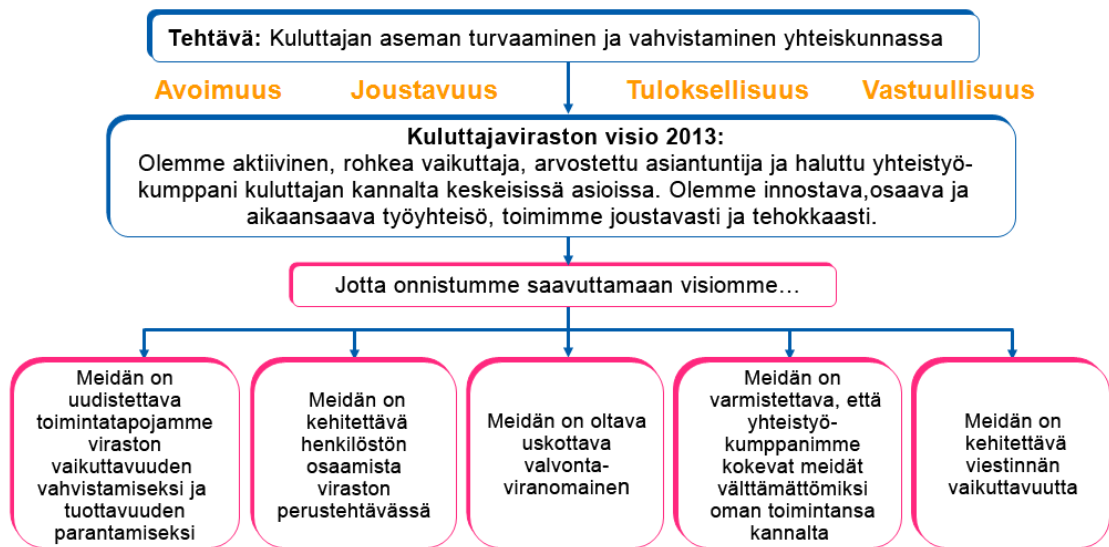
Tehtävänäimme on kuluttajan aseman turvaaminen ja vahvistaminen yhteiskunnassa.

Kuluttajan asema tarkoittaa kuluttajaa eri rooleissaan laajana käsitteenä ja kuluttajien näkökulmaa tai etua.

Turvaaminen tarkoittaa valvontaa, viestintää ja ongelmia ennaltaehkäisevää työtä, jolla varmistetaan perusoikeudet markkinoilla ja edistetään kuluttajien tasavertaisuutta suhteessa toisiinsa ja elinkeinonharjoittajiin.

Vahvistaminen tarkoittaa kuluttajaviraston mukaan kuluttajan asemaan vaikuttavien muutosten ennakoimista ja riskien tunnistamista, kuluttajanäkökulman esiintuomista yhteiskunnallisessa päätöksenteossa sekä kotimaassa että kansainvälisesti ja kuluttajien omien toimintamahdollisuuksien edistämistä.

TEHTÄVÄ, ARVOT, VISIO JA KRIITTISET MENESTYSTEKIJÄT



Kuva 2. Kuluttajaviraston strategia 2007–2012 (Kuluttajavirasto 2012g)

Kuluttajavirasto pyrkii ennakoimaan kuluttajan asemaan vaikuttavia muutoksia ja riskejä kansallisesti ja kansainvälisesti sekä tuomaan kuluttajanäkökulmaa esille päätöksenteossa. Kuluttajaviraston rooli ja tehtäväkenttä Suomen kuluttajansuoja-asioissa on erittäin laaja. Kuluttajaviraston alaisuudessa toimii muun muassa kuluttajaneuvonta, josta saa apua yksittäisiin riita-asioihin kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä ja mahdollisen valituksen tekoon kuluttajariitalautakuntaan. Kuluttajavirasto ei siis käsittele yksittäisiä riita-asioita, vaan pyrkii toiminnallaan turvaamaan kuluttajan oikeudellista ja taloudellista asemaa. Kuluttajavirasto ohjaa ja kouluttaa alue- ja hallintoviranomaisia sekä ylläpitää useita eri verkkopalveluja, jotka tarjoavat opastusta sekä elinkeinonharjoittajille että kuluttajille. (Kuluttajavirasto 2012c.)

Kuluttajaviraston verkkosivuilla on useisiin eri ongelmatilanteisiin sopivia valmiita lomakkeita, joita kuluttaja voi käyttää tarvittaessa. Myös valistus ja viestintä ovat Kuluttajaviraston lakisääteisiä tehtäviä. Viraston yhtenä tärkeimpänä tavoitteena on tuottaa tietoa, ja tällä tavoin helpottaa kuluttajan arkielämää. Lisäksi Kuluttajavirasto tukee kuluttajakasvatusta, tekee erilaisia selvityksiä, sekä julkaisee Kuluttaja-lehteä. (Kuluttajavirasto 2012c.)

Kuluttajaviraston laaja tehtäväkenttä ja erilaiset toimintamallit käyvät ilmi seuraavasta kuvasta:



Kuva 3. Eri keinot yhdistävä toimintatapa (Kuluttajavirasto 2012c)

Kuluttajaviraston pyrkii siis vaikuttamaan kuluttajan asemaan ja hyvinvointiin Suomessa monilla eri tavoilla. Valvontatehtäviä kuluttajavirastolle kuuluu useiden eri lakien nojalla. Perinteisten valvontakeinojen lisäksi virasto toteuttaa kuluttajan aseman edistämistä erilaisen viestinnän, yhteistyön ja vaikuttamisen keinoin. (Kuluttajavirasto 2012c.)

2.1.2 Kuluttajaneuvonta

Kuluttajaneuvonnan järjestämisestä ja sen tehtävistä on säädetty oma lakinsa. Laki kuluttajaneuvonnasta (5.12.2008/800) määrittelee kuluttajaneuvonnan sisällöstä seuraavasti:

Kuluttajaneuvonnassa:

1) annetaan kuluttajille ja elinkeinonharjoittajille tietoja ja neuvontaa kuluttajalle merkittävistä asioista sekä kuluttajan oikeudellisesta asemasta

2) avustetaan kuluttajaa yksittäisessä elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisessä ristiriitatilanteessa selvittämällä asiaa ja pyrkimällä sovintoratkaisuun se-

kä ohjataan kuluttaja tarvittaessa asianmukaiseen oikeussuojaa antavaan toimielimeen

3) osallistutaan kulutushyödykkeiden hintojen, laadun, markkinoinnin ja sopimusehtojen seurantaan

4) avustetaan pyynnöstä muita kuluttajaviranomaisia.

Laissa säädetään myös, että kuluttajaneuvonnan yleinen johto, ohjaus ja valvonta kuuluvat Kuluttajavirastolle ja että neuvonta on kuluttajalle maksutonta.

Perinteisesti kuluttajaneuvonta on kuulunut Suomessa kuntien tehtäviin. Vuoden 2009 alussa vastuu kuluttajaneuvonnan järjestämisestä siirtyi valtiolle. Nykyään kuluttajaneuvonnan järjestäminen kuuluu maistraattien tehtäviin, ja tällä hetkellä toimipisteitä on noin 30. Uudistuksella haluttiin turvata kuluttajaneuvonnan riittävyys ja laatu tasapuolisesti koko maassa. (Kuluttajavirasto 2012e.)

Kuluttajaneuvonnan tehtävänä on antaa yleistä valistusta ja henkilökohtaista neuvontaa kulutuspäätösten kannalta merkittävistä asioista sekä avustaa ja sovittaa kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisessä riitatilanteessa. Neuvonnan tehtävänä on myös antaa kuluttajille ja yrityksille informaatiota niiden oikeuksista ja velvollisuuksista. Jos kuluttaja tuntee kokeneensa vääryyttä eikä elinkeinonharjoittaja esimerkiksi asiallisesta reklamaatiosta huolimatta suostu korvaamaan viallista tuotetta, kannattaa kuluttajan ottaa yhteyttä kuluttajaneuvojaan. Kuluttajaneuvonnalla on valtakunnallinen puhelinpalvelu, joka palvelee kuluttajaa ongelmatilanteissa. Puhelinpalvelun lisäksi yhteydenoton voi tehdä sähköisellä lomakkeella Kuluttajaviraston verkkosivuilla. Jos sovitteluratkaisua ei kuluttajaneuvonnankaan avulla synny, kuluttajaneuvoja voi avustaa mahdollisen valituksen tekemisessä kuluttajariitalautakuntaan. (Kuluttajavirasto 2012d.)

2.1.3 Euroopan kuluttajakeskus

Euroopan kuluttajakeskus on osa suomalaistakin kuluttajansuojan hallintoa. Euroopan kuluttajakeskus Suomessa toimii osana koko Euroopan laajuista verkostoa, jonka tehtävänä on edistää kuluttajien oikeuksia ja kuluttajansuojan toteutumista rajat ylittävässä kuluttajakaupassa. Kuluttajakeskusten toiminta perustuu jäsenvaltioiden vapaaehtoiseen yhteistyöhön. Toimintaa rahoittavat Kuluttajavirasto ja Euroopan komissio. Euroopan kuluttajakeskukset myös välittä-

vät tietoa Euroopan komissiolle kuluttajien kohtaamista ongelmista, näin Euroopan kuluttajakeskukset ovat omalta osaltaan ohjaamassa eurooppalaista kuluttajansuojalainsäädäntöä. (Kuluttajan käsikirja 2005, 114; Lindström 2012.)

Euroopan kuluttajakeskuksen verkkosivuilta saa ajantasaista tietoa rajat ylittävän kaupan kuluttajansuojasta. Sivustolla on myös valmiita valitus- ja reklamaatiomalleja erilaisiin tilanteisiin. Aina reklamaatio ei kuitenkaan johda haluttuun lopputulokseen kuluttajan kannalta. Tällaisissa tilanteissa Euroopan kuluttajakeskus antaa selvittely- ja sovitteluapua riitaan tai epäselvyyteen, joka kuluttajalla on toisessa EU-jäsenmaassa sijaitsevan elinkeinonharjoittajan kanssa. Näissä tilanteissa apuna ovat myös kuluttajakeskuksen sisartoimistot, jotka tuntevat oman maansa lainsäädännön ja pystyvät asioimaan elinkeinonharjoittajan kanssa tämän omalla kielellä. (Kuluttajan käsikirja 2005, 115; Lindström 2012.)

Aina sovittelukaan ei johda kuluttajan kannalta haluttuun lopputulokseen. Tällöin kuluttajakeskus voi selvittää, löytyykö kyseistä maasta tuomioistuimen ulkopuolista riitojen ratkaisuelintä, joka voisi ottaa asian ratkaistavakseen. Näiden tuomioistuinten ulkopuolisten ratkaisuelinten etuna on nopeampi ja edullisempi ratkaisumenettely verrattuna asian käsittelyyn tuomioistuimessa. Kuluttajaa auttaamaan onkin perustettu EEJ-net, joka on koko Euroopan laajuinen kuluttajariitoja tuomioistuinten ulkopuolella ratkaisevien elinten verkosto. Verkosto kokoaa yhteen tuomioistuinten ulkopuoliset kuluttajariitoja ratkaisevat elimet eri jäsenmaissa. Mikäli tällainen riitojenratkaisuelin löytyy, Euroopan kuluttajakeskus avustaa kuluttajaa ja kääntää sekä lähettää kuluttajan valituksen sinne käsiteltäväksi. Suomessa tällainen tuomioistuimen ulkopuolinen elin on kuluttajariitalautakunta. (Euroopan kuluttajakeskus 2012b; Kuluttajan käsikirja 2005, 115.)

Vuonna 2010 Euroopan kuluttajakeskukseen Suomessa tehtiin 1012 valitusta. Näistä valituksista kuluttajakeskus saattoi 409 kpl käsiteltäväksi riita-asiana toisessa EU-maassa. Yli puolet valituksista saatiin siis soviteltua Euroopan kuluttajakeskuksen avulla ilman asian etenemistä tuomioistuimen ulkopuoliselle ratkaisuelimelle tai tuomioistuimeen. Vuoden 2012 ensimmäisellä kolmanneksella eniten valituksia Euroopan kuluttajakeskukseen tekivät ranskalaiset kuluttajat (424 riita-asiaa) ja englantilaiset kuluttajat (305 riita-asiaa). Euroopan Unionin maista eniten valituksia tehdään Saksasta tehdyistä hankinnoista. Vuoden 2012

ensimmäisen vuosikolmanneksen aikana vain viidestä suomalaisyrityksestä tehtiin valitus Euroopan kuluttajakeskuksille. (Euroopan kuluttajakeskuksen toimintakertomus 2010; Euroopan kuluttajakeskus 2012h.)

2.1.4 Kuluttajariitalautakunta

Kuluttajariitalautakunnan toimintaa säätelee laki kuluttajariitalautakunnasta (12.1.2007/8). Lain 1§ määrittelee kuluttajariitalautakunnan aseman suomalaisessa kuluttajansuojahallinnossa seuraavasti:

Kuluttajariitalautakunta on riippumaton ja puolueeton kuluttajariita-asioita käsittelevä oikeussuojaelin.

Kuluttajariitalautakunta, entinen kuluttajavalituslautakunta, on siis puolueeton ja riippumaton asiantuntijaelin, joka antaa ratkaisusuosituksia kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisiin riitatilanteisiin. Oikeusministeriö nimittää lautakunnan jäsenet viideksi vuodeksi kerrallaan, ja jäsenten tulee edustaa tasapuolisesti sekä kuluttajia että elinkeinonharjoittajia. Lautakunnassa on neljätoista jaostoa, jokaisessa on puheenjohtaja ja neljä jäsentä. Käsiteltävät asiat jaetaan jaostojen kesken sen mukaan, minkälainen hyödyke kulloinkin on kyseessä. Kuluttajariitalautakunnan tehtävänä on linjata ja ohjata kuluttajaoikeutta vakiintuneella ratkaisukäytännöllään sekä uusilla täysistuntoratkaisuillaan. Lautakunta voi myös antaa tuomioistuimille lausuntoja niiden käsitellessä sen toimivaltaan kuuluvia asioita. Kuluttajariitalautakunnan toimintaa johtaa päätoiminen puheenjohtaja, lautakunnan jäsenet ovat sivutoimisia. (Kuluttajariitalautakunta 2012a.)

Kuluttajariitalautakunta voi ottaa käsittelyynsä kirjallisia valituksia, joissa vaaditaan vastapuolelta jotakin hyvitystä. Kuluttajan on esitettävä näyttö eli todisteet virheestä ja aiheutuneesta vahingosta, josta korvausta vaaditaan. Kuluttajariitalautakunta voi antaa kahdenlaisia päätöksiä: jaostopäätöksiä tai täysistuntopäätöksiä. Jaostokäsittelyssä jaoston esittelijä laatii ratkaisuehdotuksen, jonka hän esittelee jaostolle. Tämän jälkeen jaosto päättää kokouksessaan ratkaisusuosituksesta. Kuluttajariitalautakunnan puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja tarkastavat kaikki jaostopäätökset. Tärkeimmät asiat puheenjohtaja voi siirtää täysistuntokäsittelyyn. Lautakunnan päätökset ovat suosituksia riidan ratkaisusta, eikä niitä voi panna täytäntöön pakkotoimin. Kuluttajariitalautakunnan päätökset

eivät siis ole velvoittavia, kuten oikeuslaitoksen päätökset. Päätöksiä kuitenkin noudatetaan hyvin, noin 80 prosentissa tapauksista. Asioiden käsittely lautakunnassa on maksutonta. Kuluttajariitalautakunta ylläpitää ratkaisuihin tietokantaa. Tähän ratkaisutietokantaan on valittu kaikista päätöksistä sellaiset, joilla on ennakkopäätösarvoa tai jotka sisältävät jonkin uuden linjauksen johonkin tiettyyn asiaan. Lautakunnan ratkaisuja voi lukea kuluttajariitalautakunnan verkkosivustolla. (Kuluttajariitalautakunta 2012b; Kuluttajariitalautakunta 2012c; Kuluttajariitalautakunta 2012d.)

2.2 Kuluttajansuojan ja siihen liittyvän lainsäädännön yleisiä käsitteitä

Seuraavassa käydään läpi eräitä kuluttajansuojan ja siihen liittyvän lainsäädännön keskeisiä termejä ja käsitteitä.

2.2.1 Kulutushyödyke

Kuluttajansuojalain 1 luvun 3§:ssa rajataan kulutushyödyke seuraavasti:

Kulutushyödykkeellä tarkoitetaan tässä laissa tavaroita, palveluksia sekä muita hyödykkeitä ja etuuksia, joita tarjotaan luonnollisille henkilöille tai joita tällaiset henkilöt olennaisessa määrässä hankkivat yksityistä talouttaan varten.

Kulutushyödykkeet voidaan jakaa kahteen ryhmään, kertakulutushyödykkeisiin ja kestokulutushyödykkeisiin. Kertakulutushyödykkeet ovat lyhytikäisiä ja luonteeltaan kertakäyttöisiä, kuten esimerkiksi elintarvikkeet, jotka kulutetaan välittömästi. Kestokulutushyödykkeet ovat kuluttajan käytössä pidempään ja niiden pitää kestää käyttöä. Kestokulutushyödykkeitä ovat esimerkiksi pakastin ja televisio. Kulutushyödyke on siis mikä tahansa tavara tai palvelu, jonka henkilö hankkii itselleen käytettäväksi, lyhyeksi tai pidemmäksi aikaa. Oleellista on se, että tavara tai palvelu ostetaan elinkeinonharjoittajalta omaan käyttöön, ei myytäväksi. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 1 luku 3§.)

2.2.2 Kuluttaja

Kuluttajansuojalain 1 luvun 4§ määrittelee kuluttajan seuraavasti:

Kuluttajana pidetään tässä laissa luonnollista henkilöä, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten.

Kuluttajana pidetään luonnollista henkilöä, joka hankkii kulutushyödykkeen itselleen, ei elinkeinotoimintaa varten. Kuluttajan tulee olla fyysinen henkilö. Henkilöyhtiö tai esimerkiksi yhdistys tai muu juridinen henkilö ei ole laissa tarkoitettu kuluttaja. Elinkeinotoiminnalla tarkoitetaan yleisesti sellaista toimintaa, johon liittyy kirjanpitovelvollisuus ja yritysrisi. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 1 luku 4§.)

2.2.3 Elinkeinonharjoittaja

Kuluttajansuojalain 1luvun 5§:ssä rajataan elinkeinonharjoittaja seuraavasti:

Elinkeinonharjoittajalla tarkoitetaan tässä laissa luonnollista henkilöä taikka yksityistä tai julkista oikeushenkilöä, joka tuloa tai muuta taloudellista hyötyä saadakseen ammattimaisesti pitää kaupan, myy tai muutoin tarjoaa kulutushyödykkeitä vastiketta vastaan hankittaviksi.

Elinkeinonharjoittajan keskeisenä tunnusmerkkinä on toiminnasta saatava taloudellinen hyöty ja ammattimaisuus kaupankäynnissä. Elinkeinonharjoittajaksi voidaan katsoa luonnollinen henkilö, esimerkiksi omissa nimissään toimiva yksityinen ammatinharjoittaja. Oleellista on, että henkilö toimii taloudellisen hyödyn pohjalta eli ansaintatarkoituksessa. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 1 luku 5§.)

2.2.4 Kuluttajakauppa

Kuluttajakauppaa säätelee kuluttajansuojalaki. Kuluttajakaupan yleiset säännökset löytyvät kuluttajansuojalain 5 luvusta. Säännökset koskevat kauppaa, jossa myyjänä on elinkeinonharjoittaja ja ostajana kuluttaja. Yritysten välinen kauppa tai kahden yksityisen henkilön eli kahden kuluttajan välinen kauppa ei ole kuluttajakauppaa. Sen vuoksi kuluttajansuojalain säännökset eivät tule voimaan tällaisissa kaupoissa. Niitä ohjaa ja säätelee kauppalaki (27.3.1987/355). Kuluttajansuojalain 5 luvun säännökset on sovitettu yhteen kauppalain säännösten kanssa. Jos jostain asiasta ei ole säädetty kuluttajansuojalain 5 luvussa, sovelletaan tällaiseen kysymykseen kauppalakia, kuten kuluttajansuojalain 5 luvun 29§:ssä säädetään:

Kauppalain (355/1987) säännöksiä sovelletaan tässä luvussa tarkoitettuun kauppaan siltä osin kuin tämän lain säännöksistä ei johdu muuta.

Lisäksi kuluttajansuojalain 5 luvun 29§:ssä säädetään ne nimenomaiset kauppalaain säännökset, joita ei sovelleta lainkaan kuluttajakauppaan. Kuluttajansuojalain 5 luvun säännökset ovat ensisijaisia kauppalaain säännöksiin nähden. Tämä ensisijaisuus johtuu siitä, että kuluttajansuojalaki on erityislaki ja kauppalaki yleislaki. (Ämmälä 2006, 149.)

Kauppalaki on kokonaisuudessaan tahdonvaltaista. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kaupan osapuolet voivat sopia keskenään kaupan ehdoista. Lain ehdot tulevat voimaan ainoastaan niiltä osin, jotka jätetään kaupan osapuolten kesken sopimatta. Tämä käy ilmi kauppalaain 1 Luvun 3§:stä joka määrittelee sopimusvapaudesta seuraavasti:

Lain säännöksiä ei sovelleta, mikäli sopimuksesta, sopijapuolten omaksumasta käytännöstä taikka kauppataivasta tai muusta tavasta, jota on pidettävä sopijapuolia sitovana, johtuu muuta.

Kuluttajansuojalainsäädäntö on kauppalaista poiketen suurelta osalta pakottavaa lainsäädäntöä.

2.2.5 Lain pakottavuus

Kuluttajansuojalain 5 luvun 2§:

Sopimusehto, joka poikkeaa tämän luvun säännöksistä ostajan vahingoksi, on mitätön, jollei jäljempänä toisin säädetä.

Kyseessä on ns. pakottavuuspykälä. Tällä tarkoitetaan sitä, että mikäli kuluttaja epähuomiossa sopisi huonommista ehdoista itsensä kannalta, kuin laki kuluttajalle määrää, ovat nämä kuluttajan asemaa heikentävät sopimuksen ehdot mitättömiä. Syynä kuluttajan eduksi pakottavaan lainsäädäntöön on kaupan heikkomman osapuolen, eli kuluttajan suojaaminen, kun toisena osapuolena on elinkeinonharjoittaja, joka on asiantuntemukseltaan ja voimavaroiltaan kuluttajaa vahvempi. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 5 luku 2§.)

2.2.6 Etämyynti

Kun kuluttaja ostaa tuotteen verkkokaupasta, jota ylläpitää elinkeinonharjoittaja on kyse etämyynnistä. Etämyynnin käsite määritellään kuluttajansuojalain 6 luvun 4§:ssä seuraavasti:

Etämyynnillä tarkoitetaan tässä luvussa kulutushyödykkeen tarjoamista kuluttajalle elinkeinonharjoittajan järjestämän sellaisen etätarjontamenetelmän avulla, jossa sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintä.

Etätarjontamenetelmällä tarkoitetaan markkinointi- tai myyntitapaa, joka on järjestetty niin, että sen pääasiallisena tavoitteena voidaan katsoa olevan sopimusten tekeminen etäviestimen avulla.

Etäviestimellä tarkoitetaan puhelinta, postia, televisiota, tietoverkkoa tai muuta välinettä, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä.

Kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välinen verkkokaupankäynti on siis etämyyntiä. Etämyyntiä säätelevä kuluttajansuojalainsäädäntö lähtee liikkeelle siitä ajatuksesta, että kuluttajalle on annettava mahdollisuus tutustua tuotteeseen ilman ostopakkoa. Käytännössä siis mahdollisuus tunnustella, katsella ja esimerkiksi vaatekappaletta ostettaessa sovittaa tuotetta, aivan niin kuin ostoksia tehtäisiin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa. Olisi kohtuutonta edellyttää kuluttajalta sitovaa ostopäätöstä ilman, että tuotteeseen pääsee fyysisesti tutustumaan. Tästä lähtökohdasta kuluttajalla on erityisen suojattu asema suhteessa elinkeinonharjoittajaan, kun kyseessä on etämyynti. Tämän vuoksi kuluttajalla on verkkokaupasta ostaessaan peruuttamisoikeus, jota voidaan pitää tärkeimpänä kuluttajaa suojaavana ehtona verkkokaupankäynnissä eli etämyynnissä. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 6 luku 4§.)

3 Verkkokaupan kuluttajansuoja

Juridisesti tarkasteltuna verkkokauppa on siis etämyyntiä. Etämyyntiä kuluttajakaupassa säädellään Suomen lainsäädännössä kuluttajansuojalain 6 luvussa. Lisäksi suomalaisen kuluttajan oikeuksiin etämyynnissä vaikuttaa Euroopan unionin lainsäädäntö, tarkemmin Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (97/7/EY) eli niin sanottu etämyyntidirektiivi. Etämyyntidirektiivi määrittelee ku-

luttajansuojan vähimmäistason, jonka jokainen EU-maa joutuu omassa kansallisessa lainsäädännössään kuluttajalle takaamaan. Jäsenmaiden on toki mahdollista omassa lainsäädännössään antaa kuluttajalle laajempaakin suojaa, kuin direktiivi edellyttää. Muun muassa Suomi on menetellyt näin säätämällä kuluttajansuojalaissa etämyynnin osalta kuluttajaa laajemmin suojaavia ehtoja, kuin etämyyntidirektiivi edellyttäisi. Euroopan unionin yhteisestä kuluttajansuojan perustasosta huolimatta kuluttajan oikeudet vaihtelevat siis EU-alueen sisälläkin, kulloinkin sovellettavan lainsäädännön mukaan. (Euroopan kuluttajakeskus 2012a.)

Tässä opinnäytetyössä käsitellään etämyynnin kuluttajansuojaa kronologisessa järjestyksessä kuluttajan ostoprosessin mukaan, alkaen kuluttajalle lain edellyttämällä tavalla kerrottavista ennakkotiedoista aina kaupan peruuttamiseen ja siitä johtuviin toimenpiteisiin saakka.

3.1 Soveltamisalan rajoitukset etämyynnissä

Etämyyntisäännöksiä ei sovelleta kaikkeen etämyynnillä tapahtuvaan kaupankäyntiin. Soveltamisalaa on rajoitettu kuluttajansuojalain 6. luvun 6§:ssä säädettyllä tavalla:

Tämän luvun säännöksiä etämyynnistä ei sovelleta:

1) kiinteän omaisuuden kauppaa tai muuta oikeutta kiinteään omaisuuteen koskevaan sopimukseen, vuokraoikeutta lukuun ottamatta

2) 10 luvun soveltamisalaan kuuluvaan sopimukseen; (11.3.2011/227)

3) jakeluautomaatin avulla tai automatisoidussa liiketilassa tehtävään sopimukseen

4) maksullisen yleisöpuhelimien avulla teletoiminnan harjoittajan kanssa tehtävään sopimukseen

5) huutokaupassa tehtävään sopimukseen, jos huutokauppaan voidaan osallistua muutenkin kuin etäviestimellä.

Etämyyntiä koskevia säännöksiä ei siis sovelleta esimerkiksi kiinteistöjen tai lomaosakkeiden kauppaan. Lomaosakkeiden eli aikaosuusasuntojen kaupasta säädetään kuluttajansuojalain 10 luvussa. Huutokauppoihin etämyyntisäädökset soveltuvat, mikäli huutokauppatilanne on sen kaltainen, että siihen pystyy osal-

listumaan ainoastaan etämyyntimenetelmiä, kuten puhelinta tai Internetiä käyttäen. Etämyyntisäännöksiä ei myöskään sovelleta tilanteissa, joissa kuluttaja ostaa tuotteita jakeluautomaateista. Laki rajaa soveltamisalan piiristä pois myös rahoituspalvelut, joista säädetään erikseen kuluttajansuojalain 6a-luvussa. Kuluttajansuojalain 6 luvun 6§:ää vastaava soveltamisalan rajoitus on tehty etämyyntidirektiivin 3 artiklassa. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 6 luku 6§.)

3.2 Ennakkotiedot etämyynnissä

Etämyynnin erilaisen luonteen vuoksi normaaliin elinkeinonharjoittajan liikkeesä asioimiseen ja sieltä ostamiseen verrattuna on elinkeinonharjoittajalla laajempi tiedonantovelvollisuus sekä itsestään että ostettavasta hyödykkeestä. Ennakkotietoja säätelevän lainsäädännön tarkoituksena on korostaa vahvemman osapuolen eli elinkeinonharjoittajan velvollisuuksia tilanteessa, jossa kuluttaja tekee ostopäätöksen näkemättä tuotetta tai elinkeinonharjoittajaa fyysisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että ennen sopimuksen tekemistä on kuluttajalle selkeästi ja ymmärrettävästi annettava kuluttajansuojalain 6 Luvun 13§:ssa määritellyt tiedot:

1) elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite sekä sijaintipaikka, jos se ei käy ilmi osoitteesta

Elinkeinoharjoittajan nimi, osoite ja sijaintipaikka ovat kuluttajan kannalta oleellista tietoa. Kuluttajalla on oikeus tietää kenen kanssa on kauppaa tekemässä ja missä kauppias fyysisesti sijaitsee. Elinkeinonharjoittajan sijaintipaikka on erityisen tärkeä, koska se voi vaikuttaa sovellettavan lain valintaan. Sovellettavan lain valintaa ja sen perusteita käsitellään tässä työssä myöhemmin.

2) kulutushyödykkeen pääominaisuudet

Tarkat ja paikkaansa pitävät ennakkotiedot hyödykkeen ominaisuuksista ovat erityisen tärkeitä juuri verkkokaupankäynnissä sen vuoksi, ettei kuluttaja pysty tutustumaan ostettavaan tuotteeseen fyysisesti. Jos otetaan esimerkiksi sohvan ostaminen, on kuluttajalla mahdollisuus elinkeinonharjoittajan toimipisteestä ostaessaan mitata huonekalun tarkat mitat ja näin varmistua tuotteen sopivuus omaan käyttötarkoitukseensa. Verkosta ostaessaan kuluttaja on täysin elinkeinonharjoittajan antamien ennakkotietojen varassa, minkä vuoksi niiden on oltava

va paikkansapitävät. Sitä, kuinka tarkasti erilaisista tuotteista ja niiden ominaisuuksista tulee verkkokaupassa kertoa, riippuu myytävästä hyödykkeestä. Kuluttajalle on oleellista tietää tarkemmin esimerkiksi digitaalikameran ominaisuuksista kuin kertakäyttöisestä elokuvaalipusta. (Willebrand 2002, 27.)

3) kulutushyödykkeen hinta, toimituskulut ja maksuehdot

Kuluttajalla on oikeus saada tietoonsa ennen kaupan tekemistä tuotteen kokonaishinta ja eri toimitusvaihtoehtojen hinta, mikäli kuluttaja ei hae tuotetta elinkeinonharjoittajan toimipisteestä tai muualta hänen osoittamastaan paikasta. Myös mahdolliset maksamiseen liittyvät lisäehdot tulee kertoa etukäteen.

4) toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat muut ehdot

Tällainen ehto voi olla esimerkiksi jälkitoimitus. Kaikki verkkokaupassa esillä olevat tuotteiden varastosaldot eivät aina ole täysin reaaliaikaisia. Kuluttajalla on oikeus tietää, mikäli hänen tilaamansa tuotteet lähetetään useamassa kuin yhdessä erässä ja aiheutuuko tällaisesta järjestelystä lisäkustannuksia kuluttajalle.

5) sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee hyödykkeiden jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista

Mikäli kuluttaja ostaa verkosta sellaisen palvelun, joka ei ole kertaluonteinen, vaan sisältää toistuvaa hyödykkeiden toimittamista, on sopimuksen vähimmäiskesto ilmoitettava. Esimerkiksi lehtitilauksen yhteydessä on elinkeinonharjoittajan kerrottava, kuinka pitkäksi ajaksi sopimus vähintään sitoo kuluttajaa. Jos vähimmäiskesto ei ole, ei siitä tarvitse olla mainintaa. (FiCom ry.)

6) etäviestimen käyttämisestä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän

Tällaisia kuluja voivat olla esimerkiksi tekstiviestipalvelusta tai muusta sellaisesta perittävä kokonaishinta tai maksullinen puhelinnumero.

7) tarjouksen voimassaoloaika

Jos tuotteen hinta tai tarjouksen muut ehdot ovat voimassa vain tietyn ajan, tulee tarjouksen päättymispäivä ilmoittaa. Esimerkkinä tällaisesta voi olla ilmainen toimitus, mikäli tuote tilataan tiettyyn ajankohtaan mennessä. (FiCom ry).

8) tieto 15 §:n mukaisesta peruuttamisoikeudesta tai siitä, että sitä ei 16 §:n 1 momentin 2–7 kohdan mukaan ole.

Kuluttajalle on kerrottava peruuttamisoikeudesta tai sen puuttumisesta. Peruuttamisoikeuden olemassaolon toteaminen riittää. On kuitenkin olemassa tiettyjä poikkeuksia, jolloin kuluttaja ei voi lain mukaan käyttää peruuttamisoikeuttaan. Koska peruuttamisoikeus on kuluttajan kannalta koko etämyynnin kuluttajansuojan oleellisin tekijä, käsitellään sitä myöhemmin tässä työssä yksityiskohtaisemmin omana lukunaan.

Ennakkotiedot etämyynnissä etämyyntidirektiiviä 97/7/EY sovellettaessa

Kuluttajansuojalain 6 luvun 13§ vastaava etämyyntidirektiivin 4 artikla määrittelee elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuuden seuraavalla tavalla:

1. Hyvissä ajoin ennen etäsopimuksen tekemistä kuluttajalle on annettava seuraavat tiedot:

a) elinkeinonharjoittajan henkilöllisyys ja jos sopimuksessa edellytetään ennakkomaksua, hänen osoitteensa

b) tavaran tai palvelun pääominaisuudet

c) tavaran tai palvelun hinta veroineen

d) tarvittaessa toimituskustannukset

e) maksua, toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot

f) oikeus sopimuksen peruuttamiseen lukuun ottamatta 6 artiklan 3 kohdassa tarkoitettuja tapauksia

g) etäviestintävälineen käyttämisestä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan muu kuin perushinta

h) tarjouksen tai hinnan voimassaoloaika

i) tarvittaessa sopimuksen vähimmäiskesto aika, jos sopimus koskee tavaroiden tai palvelujen jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista.

Kun verrataan kuluttajansuojalain 6 luvun ennakkotietojen antovelvollisuutta etämyyntidirektiivin vastaavaan, voidaan huomata, että ne ovat hyvin samankaltaiset. Ainoastaan hintaan liittyvät alakohta c) ja elinkeinonharjoittajan henkilöllisyyteen liittyvä alakohta a) poikkeavat Suomen kuluttajansuojalain vastaavista.

Etämyyntidirektiivin mukaan hinta tulee kertoa veroineen. Ymmärrettävästi tämä ehto on turha Suomen sisäisessä etämyynissä, jota kuluttajansuojalaki sääntelee. Etämyyntidirektiivin 4 artiklan 1 kohdan alakohta a:n mukaan kuluttajalle on ennakkotiedoissa kerrottava elinkeinoharjoittajan osoite ainoastaan silloin, kun sopimuksessa edellytetään ennakkomaksua. Kuluttajansuojalain 6 luvun 1§ edellyttää osoitteen ilmoittamista ennakkotiedoissa kaikissa tapauksissa.

3.3 Ennakkotietojen vahvistaminen

Pelkkä ennakkotietojen antaminen kuluttajalle ennen sopimuksen tekoa (kaupaa) ei riitä. Kuluttajansuojalain mukaan elinkeinonharjoittajan on myös vahvistettava antamansa ennakkotiedot kuluttajalle mahdollisimman nopeasti sopimuksen tekemisen jälkeen. *Vahvistus on toimitettava mahdollisimman pian sopimuksen tekemisen jälkeen ja tavaran kaupassa viimeistään luovutusajankohdasta* (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 6 luku 14§). Tällä vahvistamisella tarkoitetaan sitä, että kuluttajalle tulee lähettää hänen tekemästään tilauksesta vahvistusilmoitus. Tästä tilausvahvistuksesta tulee käydä ilmi kuluttajansuojalain 6 luvun 14§ määrittelemät tiedot:

Edellä 13 §:n 1 momentin 1–5 kohdassa tarkoitetut tiedot on vahvistettava kuluttajalle henkilökohtaisesti, kirjallisesti tai sähköisesti siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina. Vahvistuksessa on lisäksi oltava:

1) ohjeet ja tiedot 15 §:ssä tarkoitetun peruuttamisoikeuden käyttämistä varten sekä tieto siitä, ettei sopimusta 16 §:n 1 kohdan mukaan voi peruuttaa sen jälkeen, kun palveluksen suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu

2) elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa

3) tiedot takuusta sekä saatavilla olevista huolto- ja korjauspalveluista

4) sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai yhtä vuotta pidemmän ajan.

Edellä mainittua vahvistusta ei kuitenkaan tarvitse toimittaa, mikäli lain edellyttämät ennakkotiedot on toimitettu kuluttajalle jo ennen sopimuksen syntymistä siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina. Tällainen tapa voi olla esimerkiksi sähköposti. Tilausvahvistusta ei myöskään tarvitse toimittaa sellaisessa tapauksessa, jossa palvelus toimitetaan yhdellä kertaa ja jos

siitä veloittaa se elinkeinonharjoittaja, jonka tarjoamalla etäviestimellä palvelu suoritetaan. Tällaisesta palvelusta esimerkkinä voi olla suoraan matkapuhelimeen tilattava uutis- tai sääpalvelu, joka veloitetaan puhelinlaskusta. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 6 luku 14§.)

Tavaran kaupassa vahvistus on toimitettava viimeistään tavaran luovutusajan kohtana, paitsi jos sopimuksen mukaan tavara luovutetaan kolmannelle osapuolelle. Tällainen tilanne voi syntyä esimerkiksi silloin, kun kuluttaja tilaa tavaran jollekin kolmannelle osapuolelle lahjaksi. Tällöin vahvistus tulee lähettää tilauksen tehneelle kuluttajalle. (FiCom ry.)

Oleellista kuluttajan kannalta on tilausvahvistuksen saamisen ajankohta sekä se, että sisältö vastaa kuluttajansuojalaissa säädettyjä ehtoja. Kuluttajansuojalaissa säädetyn peruuttamisoikeuden pituus riippuu tilausvahvistuksen oikeasta sisällöstä ja tilausvahvistuksen saamisen ajankohta yhdessä tavaran vastaanottamisen ajankohdan kanssa määrää 14 vuorokauden peruuttamisoikeuden alkamisen ajankohdan. Näitä kuluttajan peruuttamisoikeuteen liittyviä yksityiskohdita selvitetään jäljempänä tässä työssä. Ennakkotietojen vahvistamisen osalta etämyyntidirektiivi ja kuluttajansuojalaki ovat käytännössä yhdenmukaiset.

3.4 Sopimuksen täyttäminen

Kun verkkokauppa ottaa tilauksia vastaan ja toimittaa niiden mukaisia tuotteita asiakkailleen, syntyy kauppiaan ja asiakkaan välille sopimus. Mikäli verkko-kauppaa ylläpitää elinkeinonharjoittaja ja asiakkaana on kuluttaja, joka ostaa kulutushyödykkeen, syntyy edellä mainitussa tilanteessa sopimus, johon sovelletaan kuluttajansuojalakia. Tähän ei vaikuta se, onko myytävä tuote palvelu vai fyysinen tavara. Sopimuksen täyttämällä tarkoitetaan elinkeinonharjoittajan velvollisuutta toimittaa tilattu tuote kuluttajalle tehdyn sopimuksen edellyttämällä tavalla. Kuluttajansuojalain 6 luvun 18§ säätelee sopimuksen täyttämistä etämyynissä seuraavasti:

Jollei toisin sovita, elinkeinonharjoittajan on luovutettava kulutushyödyke kohdullisessa ajassa ja viimeistään 30 päivän kuluttua siitä päivästä, jona kuluttaja on antanut tai lähettänyt elinkeinonharjoittajalle tarjouksensa tai hyväksyvän vastauksensa. Siitä, milloin tavara tai palvelu katsotaan luovutetuksi, sekä viivästysten seuraamuksista on voimassa, mitä 5, 8 ja 9 luvussa säädetään.

Myyjän on siis luovutettava tilattu tuote viimeistään 30 päivän kuluttua tilauksesta. Tuote katsotaan luovutetuksi kuluttajansuojalain 5 luvun 3§ mukaan silloin, kun ostaja on sen saanut hallintaansa. Tämä tarkoittaa sitä, että elinkeinonharjoittajan on pystyttävä toimittamaan tilattu tuote kuluttajan haltuun vähintäänkin mainitun 30 päivän aikana, ellei toisin ole sovittu. Edellä mainittu kuluttajansuojalainsäädännön kohta ei ole pakottava. Tämä tarkoittaa sitä, että kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja voivat vapaasti sopia lyhyemmästä tai pidemmästäkin toimitusajasta.

Jos kuluttaja peruu kaupan elinkeinonharjoittajan viivästymisen vuoksi, on hänellä oikeus saada maksamansa kauppasumma takaisin 30 päivän kuluessa peruutusilmoituksesta. Jos myyjä ei palauta kauppasummaa 30 päivän kuluessa peruutusilmoituksesta, voi kuluttaja vaatia kauppasumman lisäksi korkolain mukaista viivästyskorkoa. Korkolaki (20.8.1982/633) sääntelee viivästyskoron määrää seuraavasti:

4§ Velan maksun viivästyessä velallisen on maksettava viivästyneelle määrälle vuotuista viivästyskorkoa, joka on seitsemän prosenttiyksikköä korkeampi kuin kulloinkin voimassa oleva 12 §:ssä tarkoitettu viitekorko.

12 § Tässä laissa tarkoitettu viitekorko on Euroopan keskuspankin viimeisimpään perusrahoitusoperaatioon ennen kunkin puolivuotiskauden ensimmäistä kalenteripäivää soveltama korko pyöristettynä ylöspäin lähimpään seuraavaan puoleen prosenttiyksikköön. Kyseisen puolivuotiskauden ensimmäisenä kalenteripäivänä voimassa olevaa viitekorkoa sovelletaan seuraavien kuuden kuukauden ajan.

Tällä hetkellä viitekoron arvo on 1 %. Tämä viitekorko on voimassa 1.1.2012 – 30.6.2012. Sen vuoksi korkolain mukainen viivästyskoron määrä on samana ajanjaksona 8 % vuodessa. (Suomen Pankki.)

Jos tuote on saatavissa myöhemmin ja kuluttaja haluaa sen viivästyksestä huolimatta, on elinkeinonharjoittajalle varattava kohtuullinen aika tuotteen toimittamista varten. Viivästyksen seuraamuksista ja tuotteen luovutuksesta ovat voimassa kuluttajansuojalain 5 luvun kuluttajakauppaa koskevat yleiset säädökset.

Mikäli kuluttajan tilaamaa tuotetta ei ole enää saatavilla, voi elinkeinonharjoittajalla olla oikeus toimittaa kuluttajalle korvaava tuote. Tällainen oikeus voi olla

olemassa vain silloin, kun elinkeinonharjoittajalla on olemassa vakiosopimusehdot ja niissä on maininta korvaavan hyödykkeen toimittamisesta, ellei tilattua hyödykettä ei ole enää saatavilla. Tällaisesta sopimusehdosta on selvästi ilmoitettava kuluttajalle kuluttajansuojalain 6 luvun 13§:ssä määritellyissä ennakkotiedoissa. Korvaavan tuotteen on kuitenkin vastattava tilattua tuotetta laadultaan, käyttötarkoitukseltaan sekä hinnaltaan. (Kuluttajavirasto 2012h.)

Etämyyntidirektiivin 7 artikla säättää kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisen sopimuksen täyttämistä seuraavasti:

Suoritus

- 1. Jos osapuolet eivät ole toisin sopineet, elinkeinonharjoittajan on toimitettava tilaus viimeistään sitä päivää seuraavana päivänä, jolloin 30 päivää on kulunut kuluttajan tilauksen antamisesta elinkeinonharjoittajalle.*
- 2. Jos elinkeinonharjoittaja ei kykene täyttämään sopimusta sen vuoksi, että tilattua tavaraa tai palvelua ei ole saatavissa, on kuluttajalle ilmoitettava tästä puutteesta ja hänelle on mahdollisimman pian ja joka tapauksessa 30 päivän kuluessa palautettava maksut, jotka hän mahdollisesti on maksanut.*
- 3. Jäsenvaltiot voivat kuitenkin säätää, että elinkeinonharjoittaja saa toimittaa kuluttajalle vastaavanlaatuisen ja -hintaisen tavarän tai palvelun, jos tällainen mahdollisuus on ennen sopimuksen tekemistä tai sopimuksessa esitetty. Kuluttajalle on ilmoitettava tästä mahdollisuudesta selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla. Peruutusoikeuden käyttämisestä aiheutuvista tavaroiden palauttamiskustannuksista vastaa tässä tapauksessa elinkeinonharjoittaja, ja kuluttajalle on ilmoitettava tästä. Tässä tapauksessa tavarän tai palvelun toimittamista ei voida rinnastaa 9 artiklassa tarkoitettuun toimitukseen, jota ei ole tilattu.*

Erona kuluttajansuojalain 6 lukuun on etämyyntidirektiivin artiklan 7 kohdan 3 peruuttamisoikeuden käyttämisestä johtuvat palautuskustannukset. Sovellettaessa kuluttajansuojalain 6 luvun mukaista peruuttamisoikeutta vastaa elinkeinonharjoittaja tuotteen palautuskustannuksista, mikäli se voidaan palauttaa tavanomaisella tavalla postitse. Etämyyntidirektiivin sääntelyn mukaan kuluttaja vastaa omalla kustannuksellaan tuotteen palauttamisesta johtuvista kustannuksista vedotessaan peruuttamisoikeuteensa. Poikkeuksena edelliseen on tilanne, jossa elinkeinonharjoittaja on käyttänyt oikeuttaan toimittaa ”vastaavanlaatuinen ja hintainen tuote”. Tällaisessa tapauksessa elinkeinonharjoittaja on vastuussa palauttamisesta aiheutuvista kustannuksista myös etämyyntidirektiiviä sovellettaessa. (Etämyyntidirektiivi 97/7EY.)

3.5 Peruuttamisoikeus etämyynnissä

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa tavaraa tai palvelua koskeva sopimus, jonka hän on etämyyntimenetelmää käyttäen tehnyt. Tämä on tärkein yksittäinen kuluttajaa suojaava keino sekä kuluttajansuojalaissa että etämyyntidirektiivissä. Peruuttamisoikeuden tarkoituksena on antaa kuluttajalle mahdollisuus tutustua tuotteeseen fyysisesti ennen sitovaa ostopäätöstä, aivan kuten hän tekisi asioissaan elinkeinonharjoittajan myymälässäänkin. Kuluttaja voi sovittaa ja kokeilla tuotetta, avata pakkauksen ja lukea käyttöohjeita, mutta ei ota tuotetta käyttöön. Kuluttajan ei tarvitse perustella peruuttamisen syitä yritykselle, peruuttaminen on hänen laillinen oikeutensa. Kuluttajalla on peruuttamisoikeus riippumatta siitä, onko tuote virheellinen vai ei. Kuluttajan peruuttamisoikeus on eri asia, kuin kuluttajan oikeus perua kauppa tavarain tai palvelun virheellisyyden perusteella. Virheestä ja siitä johtuvista seuraamuksista on etämyynnissä voimassa se, mitä kuluttajansuojalain 5 luvun 12§ säädetään. (Kuluttajavirasto 2012i.)

Peruuttamisoikeutta on rajoitettu joidenkin tuotteiden ja palvelujen osalta, koska muutoin elinkeinonharjoittajalle syntyisi peruuttamisoikeudesta selvää haittaa omalle liiketoiminnalleen ja kuluttajalla olisi mahdollisuus käyttää lakia sen hengen vastaisesti. Elinkeinonharjoittaja ei kuitenkaan voi itse päättää siitä, mitkä tuotteet jäävät peruuttamisoikeuden ulkopuolelle. Esimerkiksi ehto: ”Ale tuotteilla ei ole palautusoikeutta”, on etämyynnissä mitätön. Se kuinka pitkä aika kuluttajalla on käyttää peruuttamisoikeuttaan, riippuu elinkeinonharjoittajan kotimaasta ja sovellettavasta laista. (Kuluttajavirasto 2012i.)

Etämyynnin peruuttamisoikeudesta säädetään kuluttajansuojalain 6 luvun 14§, 15§, 16§:ssä. Etämyyntidirektiivissä peruuttamisoikeutta käsitellään sen 6 artiklassa.

3.5.1 Peruuttamisoikeus kuluttajansuojalakia sovellettaessa

Kuluttajansuojalain 6 luvun 15§:ssä säädetään seuraavaa:

Etämyynnissä kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus ilmoittamalla siitä elinkeinonharjoittajalle 14 päivän kuluessa 14 §:ssä tarkoitetun vahvistuksen vastaanottamisesta taikka tavarain kaupassa tavarain tai ensimmäisen tavaraerän

vastaanottamisesta, jos tavara tai tavaraerä vastaanotetaan myöhemmin kuin vahvistus. Jos vahvistusta ei tarvitse toimittaa, peruuttamisaika lasketaan tavarankaupassa tavarankaupassa tavarankaupassa vastaanottamisesta ja muissa tapauksissa sopimuksen tekemisestä. Tavarankaupassa peruuttamisilmoitukseksi katsotaan myös vastaanotetun tavarankaupassa palauttaminen.

Kuluttajalla on siis pääsääntöisesti 14 vuorokautta aikaa käyttää peruuttamisoikeuttaan. Peruuttamisaikaan ei lasketa tavarankaupassa saapumispäivää eikä palvelun tilauspäivää. Tavarankaupassa 14 päivän peruuttamisajan laskeminen alkaa seuraavana päivänä siitä, kun kuluttaja on saanut tavarankaupassa sekä vahvistuksen itselleen. Kun ostettu tuote on palvelu, 14 päivän peruutusaika alkaa seuraavana päivänä siitä, kun kuluttaja on tehnyt tilauksen ja saanut vahvistuksen. Mikäli peruuttamisajan viimeinen päivä on lauantai, sunnuntai, itsenäisyyspäivä, vapunpäivä, jouluku- tai juhannusaatto, on kuluttajalla oikeus käyttää peruuttamisoikeuttaan vielä ensimmäisenä arkipäivänä sen jälkeen. (Kuluttajavirasto 2012i.)

Jos vahvistus ei täytä 14 §:ssä säädettyjä vaatimuksia, peruuttamisaika on kolme kuukautta. Jos vahvistus tänä aikana oikaistaan, kuluttajalla on 1 momentin mukainen peruuttamisoikeus siitä päivästä, jona hän sai oikaistun vahvistuksen.

Mikäli elinkeinonharjoittaja ei toimita kuluttajalle vahvistusta, joka täyttää kuluttajasuojalain 6 luvun 14§ vaatimukset, joita käsiteltiin aiemmin tämän työn luvussa 3.3. Ennakkotietojen vahvistaminen, peruuttamisoikeuden pituus pitenee kolmeen kuukauteen. Mikäli elinkeinonharjoittaja toimittaa lain ehdot täyttävän vahvistuksen myöhemmin, alkaa 14 päivän peruutusaika tämän vahvistuksen saamispäivästä. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 6 luku 15§.)

Jos vahvistusta ei lainkaan anneta, sovelletaan, mitä 20 §:ssä säädetään.

Jos elinkeinonharjoittaja ei toimita kuluttajasuojalain mukaista vahvistusta lainkaan, tehty sopimus ei ole kuluttajaa sitova. Kuluttajalla on tällaisessa tapauksessa oikeus perua kauppa. Kun kuluttaja peruu kaupan vetoamalla vahvistuksen puuttumiseen, on peruuttamisilmoitus tehtävä myyjälle vuoden sisällä tilauksen tekemisestä. Mikäli sopimus kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, koska vahvistusta ei toimitettu kuluttajalle, on elinkeinonharjoittajan 30 päivän kuluessa ilmoituksen saamisesta palautettava kuluttajan maksamat maksusuoritukset sekä korvattava kulutta-

jalle tavarán tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut. (Kuluttajavirasto 2012j.)

Peruuttamisilmoituksen muodolle laki ei aseta vaatimuksia, sen vuoksi sen voi tehdä myös suullisesti. Suullisen ilmoituksen tekeminen todisteellisesti on tosin vaikeaa, joten peruuttamisilmoitus kannattaa tehdä aina kirjallisesti. Kun kyseessä on tavarán kauppa, katsotaan myös tavarán palauttaminen elinkeinonharjoittajalle sekä tavarán noutamatta jättäminen peruuttamisilmoitukseksi. (Kuluttajaliitto 2012.)

Peruuttamisoikeuden rajoitukset

Kuluttajan peruuttamisoikeutta on ymmärrettävistä syistä rajoitettu tiettyjen tuotteiden ja palvelujen osalta. Peruuttamisoikeuden on tarkoitus antaa kuluttajalle mahdollisuus tutustua tuotteeseen, ei käyttää sitä tai hyötyä siitä maksamatta tästä korvausta elinkeinonharjoittajalle. Esimerkiksi voidaan ottaa tilanne, jossa elinkeinonharjoittaja myy dvd-levyjä verkkokaupassaan. Ei olisi lain hengen mukaista, jos kuluttaja voisi tilata elokuvan, katsoa sen kotonaan ja tämän jälkeen vetoasi peruuttamisoikeuteensa ja palauttasi tuotteen takaisin elinkeinonharjoittajalle tämän kustannuksella. Tämän tyyppisten tilanteiden syntymistä ennalta ehkäistään ja niistä säädetään kuluttajansuojalain 6 luvun 16§:ssä:

Jollei toisin sovita, kuluttajalla ei ole 15 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos:

1) palveluksen suorittaminen tai hyödykkeen toimittaminen sähköisesti on kuluttajan suostumuksella aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta 14 §:ssä tarkoitetussa vahvistuksessa

Kuluttajalla ei siis ole peruuttamisoikeutta, jos kyseessä on sellainen palvelu tai hyödyke, jonka elinkeinonharjoittaja toimittaa kuluttajalle sähköisesti, ja tämän hyödykkeen tai palvelun toimittaminen on alkanut, ennen kuin kuluttaja on vedonnut peruuttamisoikeuteensa. Esimerkkinä tällaisesta voisi olla tilanne, jossa kuluttaja on tilannut verkkokaupasta tietokoneohjelman, joka toimitetaan verkon välityksellä ja elinkeinonharjoittaja on sen ehtinyt toimittaa ennen kuluttajan peruuttamista. Peruuttamisoikeuden pois sulkeminen edellyttää myös, että kuluttajalle on ilmoitettu tilausvahvistuksessa peruutusoikeuden puuttumisesta, paitsi

jos kyseessä on kuluttajansuojalain 6 luvun 14§ mukainen tilanne, jossa vahvistusta ei tarvitse kuluttajalle toimittaa. Tällainen tilanne voi olla kyseessä esimerkiksi silloin, kun kuluttaja ostaa musiikkikappaleita verkkokaupasta. (FiCom ry.)

2) kulutushyödykkeen hinta riippuu rahoitusmarkkinoilla vaihtuvista noteerauksista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa

Tämä ehto tulee kyseeseen lähinnä korujen tai muiden arvometallien kaupassa sellaisessa tilanteessa, jossa markkinanoteeraukset määräävät kuluttajan tuotteesta maksaman hinnan (Willebrand 2002,49).

3) sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan toivomusten mukaisesti niin, ettei tavaraa voida myydä edelleen ilman huomattavaa tappiota tai ettei tavaraa lainkaan voida myydä edelleen

Mittatilaustavaroiden jälleenmyyntiarvo voi olla huomattavan vähäinen. Elinkeinoonharjoittaja kärsisi tällaisten tavaroiden palautuksista huomattavia tappiota. Tämän vuoksi tällaiset kuluttajan toiveiden mukaan valmistetut tai muunnellut tavarat on rajattu peruutusoikeuden ulkopuolelle. Esimerkiksi korua tai pokaalia, johon on tehty kuluttajan toivomuksesta kaiverrus, ei voi palauttaa peruutusoikeuteen vedoten. (Willebrand 2002,49.)

4) sopimus koskee tavaraa, jota luonteensa vuoksi ei voida palauttaa edelleen myytäväksi taikka joka voi nopeasti pilaantua tai vanhentua

Olisi kohtuutonta, että kuluttaja voisi vedota peruuttamisoikeuteen myös sellaisten tavaroiden kohdalla, joiden palauttaminen on käytännössä mahdotonta tai uudelleenmyynti vaikeaa. Esimerkiksi hygieni- ja kosmetiikkatuotteet, kun pakkaus on avattu, ja säiliöön toimitettu lämmitysöljy on tällä lainkohdalla rajattu peruutusoikeuden ulkopuolelle. (Willebrand 2002,50; Kuluttajaliitto 2012.)

5) kuluttaja on avannut sinetöitynä toimitetun ääni- tai kuvataallenteen taikka tietokoneohjelman

Edellä mainitut tuotteet ovat luonteeltaan sellaisia, jotka kuluttaja pystyy helposti ja nopeasti kopioimaan itselleen. Olisi kohtuutonta myyjää kohtaan, mikäli kuluttaja voisi peruutusoikeutta hyväksikäyttämällä hankkia edellä mainittuja tuotteita itselleen täysin ilmaiseksi. Tällaisten tuotteiden sinetöinnillä pyritään estämään tuotteiden kopiointi ja palauttaminen sen jälkeen. Sinetin avaaminen siis rajaa

tällaiset tuotteet peruutusoikeuden ulkopuolelle. Jos kuluttaja ei avaa sinettiä, vaan tutustuu tuotteeseen vain ulkopuolisesti, koskee tällaisia tavaroita normaali 14 päivän peruuttamisoikeus. (Willebrand 2002, 50.)

6) sopimus koskee sanoma- tai aikakauslehtien toimitusta eikä elinkeinonharjoittaja tarjoa näitä hyödykkeitä kuluttajalle puhelimitse omasta aloitteestaan;

Lehtien jälleenmyyntiarvo on olematon. Tämän vuoksi tällaisilla tuotteilla ei ole peruuttamisoikeutta. Kuluttaja voisi muutoin tilata lehtiä kotiinsa ja palauttaa ne elinkeinonharjoittajalle luettuaan ne. Poikkeuksena ovat sellaiset lehtitilaukset joissa myyjä on omasta aloitteestaan puhelimitse tarjonnut tuotetta. Tällaisessa tapauksessa kuluttajalla on normaali 14 päivän peruuttamisoikeus. (Kuluttajavirasto 2012i.)

7) sopimus koskee vedonlyönti- tai arvontapalveluksia.

Ymmärrettävistä syistä erilaiset veikkaus- ja arvontapalvelut on rajattu peruuttamisoikeuden ulkopuolelle. Olisi melko erikoista, jos kuluttaja voisi ostaa esimerkiksi Veikkaus Oy:n verkkosivuilta lottokupongin perjantaina, katsoa arvonn tuloksen lauantaina ja mikäli ostetussa kupongissa ei olisi voittoa, palauttaa kupongin veikkaukselle seuraavana arkipäivänä ja saada kupongista maksamansa hinnan takaisin.

Suoritusten palauttamien

Kun kuluttaja vetoaa peruuttamisoikeuteensa ja palauttaa tuotteen elinkeinonharjoittajalle, hänen on tehtävä se kohtuullisessa ajassa. Kuluttajansuojain 6 luvun 17§:ssä säädetään suoritusten palauttamisesta etämyynnissä seuraavalla tavalla:

Jos kuluttaja etämyynnissä peruuttaa sopimuksen, hänen on palautettava vastaanotettu tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus kohtuullisen ajan kuluessa elinkeinonharjoittajalle.

Laki ei määritä tarkkaan, mitä kohtuullinen aika tarkoittaa. Palauttamisen ei siis tarvitse tapahtua 14 päivän peruutusajan kuluessa. Yleisesti kohtuullisena aikana pidetään noin kahta viikkoa siitä, kun kuluttaja on ilmoittanut käyttävänsä peruutusoikeuttaan. (FiCom ry; Willebrand 2002, 39–40.)

Elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua tavarán tai suorituksen takaisin saatuaan palautettava, mitä hinnasta on maksettu, sekä korvattava kuluttajalle palauttamisesta aiheutuneet kulut, jos tavara tai suoritus voidaan palauttaa tavanomaisella tavalla postitse. Elinkeinonharjoittaja vastaa kuitenkin aina 18 §:n 3 momentissa tarkoitetun korvaavan hyödykkeen palauttamiskuluista. Jos palautettavaa tavaraa tai suoritusta ei ole, 30 päivän aika lasketaan peruuttamisilmoituksen saamisesta.

Myyjän on siis palautettava kauppahinta takaisin kuluttajalle mahdollisimman nopeasti, viimeistään 30 päivän kuluessa siitä, kun on saanut tuotteen takaisin. Palautuskustannukset ovat elinkeinonharjoittajan vastuulla, ja ne on korvattava kuluttajalle, mikäli palautettava tuote voidaan palauttaa tavanomaisella tavalla postitse. Tavanomaisuudella tarkoitetaan sitä, ettei palautettava hyödyke painon, koon tai jonkin muun sellaisen syyn takia edellytä erikoiskäsittelyä. Erikoiskäsittelyä vaativia hyödykkeitä ovat esimerkiksi isot televisiot, jääkaappi/pakastinyhdistelmät ja muut suurikokoiset kodinkoneet. Mikäli palautettava hyödyke on ns. korvaava tuote, on palauttamisesta aiheutuvat kustannukset aina elinkeinonharjoittajan vastuulla. (Kuluttajavirasto 2012k.)

Pakkaamisesta tavarán palauttamisen yhteydessä ei ole kuluttajansuojalaissa minkäänlaista mainintaa. Kuluttajavirasto (2012k) on kuitenkin omilla verkkosivuillaan linjannut siihen liittyviä vastuita seuraavasti:

Etämyyntiyrityksen on laadittava kuluttajalle palautusta varten ohjeet tuotteen pakkaamisesta.

Jos tuote on ohjeiden mukaisesti pakattu palautusta varten ja kuljetusyritys vahingoittaa tuotetta, yritys ei voi vaatia asiakkaalta korvausta. Jos ohjeita ei selvästikään ole noudatettu, tuotteen tilaaja voi olla vastuussa mahdollisesta vahingosta.

Kuluttajan vastuu vastaanotetusta suorituksesta

Kuluttajansuojalain 6 luvun 23§ mukaan kuluttajalla on vastuu huolehtia vastaanottamastaan tavarasta:

Jos kuluttaja on vastaanottanut tavarán tai muun palautettavissa olevan suorituksen, hänen on säilyttääkseen peruuttamisoikeutensa pidettävä tavara tai suoritus olennaisesti muuttumattomana tai vähentymättömänä.

Kuluttaja ei vastaa arvon alentumisesta, joka johtuu pakkauksen purkamisesta, tavarán tai suorituksen tutkimisesta tai muusta vastaavasta syystä.

Säilyttääkseen kaupan peruuttamisoikeuden on kuluttajan pidettävä tavara sel-
laisessa kunnossa, että se on mahdollista myydä uudelleen. Pakkauksen
avaaminen ei kuitenkaan poista kuluttajan peruuttamisoikeutta. Kuluttajalla on
oltava mahdollisuus tutustua tuotteeseen ja kokeilla sitä. Tuotteen kokeileminen
ja sen käyttäminen on kuitenkin eri asia, kuluttaja menettää peruutusoikeuden
ottamalla tuotteen käyttöön. (Kuluttajaliitto 2012; Kuluttajavirasto 2012i.)

3.5.2 Peruuttamisoikeus etämyyntidirektiiviä sovellettaessa

Euroopan Unionissa on voimassa niin sanottu etämyyntidirektiivi, joka määritte-
lee jäsenvaltioiden kuluttajansuojan vähimmäistason verkkokaupankäynnissä.
Tämän vähimmäistason joutuu jokainen EU-maa omassa lainsäädännössään
takaamaan. Suomen kuluttajansuojalaki suojaa kuluttajaa peruuttamisoikeuden
osalta hieman laajemmin kuin etämyyntidirektiivi edellyttäisi. Tässä luvussa kä-
sitellään etämyyntidirektiivissä säädettyä kuluttajan peruuttamisoikeutta niiltä
osin, kun se eroaa Suomen kuluttajansuojalain vastaavasta sääntelystä.

Kuluttajan peruuttamisoikeudesta säädetään etämyyntidirektiivin 6 artiklan 1
kohdassa seuraavasti:

Peruuttamisoikeus

*1. Etäsopimuksissa kuluttajalle on annettava vähintään seitsemän arkipäivän
aika, jonka kuluessa hän saa peruuttaa sopimuksen seuraamuksitta ja syytä
ilmoittamatta.*

Kuluttajalla on etämyyntidirektiivin mukaan vähintään seitsemän arkipäivän mit-
tainen peruuttamisoikeus etämyynnillä ostamilleen tuotteille tai palveluille. Di-
rektiivin edellyttämä peruuttamisaika on siis lyhyempi, mitä kuluttajansuojalain
vastaava. Huomattavaa on lisäksi, että direktiivissä puhutaan arkipäivistä, ei
kalenteripäivistä. Kuluttajansuojalain mukaan peruuttamisoikeuden pituus on 14
kalenteripäivää ja lisäksi erikseen säädetty pyhäpäivät, jotka jatkavat peruutta-
misaikaa.

Seuraavasta kuvasta käy ilmi lakisääteisen virhevastuun kesto aika ja peruutus-
oikeuden kesto EU-maissa, Norjassa ja Islannissa:

Maa	Peruutusaika	Lakisääteisen virhevastuun kesto aika
Belgia	14 päivää	Ei erityistä aikarajaa. Kohtuullisessa ajassa.
Espanja	7 työpäivää	3 vuotta
Hollanti	7 työpäivää	6 vuotta
Irlanti	7 työpäivää	Ei aikarajoja
Islanti	14 päivää	2 vuotta ja viiteen vuoteen asti pitkäkestoisissa tuotteissa.
Iso-Britannia	7 työpäivää	Ei aikarajoja
Italia	10 työpäivää	2 vuotta
Itävalta	7 työpäivää	3 vuotta
Kreikka	10 työpäivää	2 vuotta
Kypros	14 päivää	2 vuotta
Latvia	14 päivää	2 vuotta
Liettua	7 työpäivää	2 vuotta
Luxemburg	7 työpäivää	2 vuotta
Malta	15 päivää	2 vuotta
Norja	14 päivää	2 vuotta ja viiteen vuoteen asti pitkäkestoisissa tuotteissa.
Portugali	14 päivää	2 vuotta
Puola	10 päivää	2 vuotta
Ranska	7 työpäivää	2 vuotta
Ruotsi	14 päivää	Tuotteissa, jotka ostettu 1.4.2005 jälkeen 3 vuotta.
Saksa	14 päivää	2 vuotta
Slovakia	7 työpäivää	2 vuotta. Vähintään yksi vuoksi käytetyissä tavaroissa. 5 vuotta pitkäkestoisissa
Slovenia	14 päivää	2 vuotta
Suomi	14 päivää	Suomen lainsäädäntö ei tunne erityistä aikarajaa.
Tanska	14 päivää	2 vuotta
Tseki	14 päivää	2 vuotta
Unkari	8 työpäivää	2 vuotta
Viro	14 päivää	2 vuotta

Kuva 4. Peruuttamisajan pituus (Howard verkkokauppa-apuri b)

Kuvasta puuttuvat tiedot Bulgarian ja Romanian osalta. Kuitenkin myös näissä kahdessa EU-jäsenvaltiossa kuluttajan peruuttamisoikeus etämyynnissä on vähintäänkin etämyyntidirektiivin edellyttämä 7 työpäivää. Koska etämyyntidirektiivi on ns. minidirektiivi, joka määrittelee vain kuluttajansuojan vähimmäistason, vaihtelee kuluttajan peruuttamisoikeuden pituus eri EU-maiden välilläkin. Tämä

riippuu siitä, antaako jäsenvaltio kansallisessa lainsäädännössään laajempaa suojaa kuluttajalle, kuin direktiivi edellyttäisi. (Kuluttajavirasto 2012i; Kuluttajan käsikirja 2005, 112.)

Etämyyntidirektiivin 6 artiklan 2 kohdassa säädetään:

2. Jos kuluttaja on käyttänyt peruuttamisoikeuttaan tämän artiklan mukaisesti, elinkeinonharjoittajan on palautettava kuluttajan suorittamat maksut lyhentämättöminä. Ainoat kulut, jotka voivat tulla kuluttajan maksettavaksi peruuttamisoikeuden käyttämisestä ovat tavarahan palauttamisesta aiheutuvat välittömät kustannukset. Maksut on palautettava mahdollisimman pian ja joka tapauksessa 30 päivän kuluessa.

Poiketen kuluttajansuojalain määräyksestä, jossa elinkeinonharjoittaja vastaa hyödykkeen palauttamisesta johtuvista kustannuksista, palauttamisen kustannukset ovat etämyyntidirektiiviä sovellettaessa lähtökohtaisesti kuluttajan vastuulla. Poikkeuksena tähän on tilanne, jossa myyjä on käyttänyt oikeuttaan toimittaa vastaavanlaatuiseen ja -hintaan tavarahan tai palvelun. Tällaisessa tapauksessa palautuskustannuksista vastaa elinkeinonharjoittaja myös etämyyntidirektiiviä sovellettaessa. (Etämyyntidirektiivi 97/7/EY 7 artikla 3 kohta.)

Kuten peruuttamisajan pituuskin, vaihtelee käytäntö palautuskustannusten vastuusta eri jäsenmaiden välillä. Esimerkiksi Saksan kansallinen lainsäädäntö määrää elinkeinonharjoittajan korvaamaan palautuskustannukset, mikäli tavarahan arvo on enemmän kuin 40 euroa. Virossa myyjä on vastuussa palautuskustannuksista, ellei ole erikseen toisin ilmoittanut sopimusehdoissaan. Tässäkään tapauksessa kuluttajan palautuksesta aiheutuvat postikulut eivät saisi ylittää 10 euroa. Saksa ja Viro ovat siis omassa, kansallisessa lainsäädännössään säätäneet etämyynnin palautuskustannusten osalta kuluttajaa paremmin suojaavan ehdon kuin EU:n yhteinen lainsäädäntö edellyttäisi. (Euroopan kuluttajakeskus 2012c.)

3.6 Sovellettavan lain valinta

Keskeiseksi seikaksi kuluttajan oikeuksien kannalta muodostuu se, mitä lakia tai asetusta missäkin tilanteessa sovelletaan. Tätä juridista ongelmaa kutsutaan lainvalinnaksi. Lähtökohtana kansainvälisissä kauppasopimuksissa on sopimusvapaus kaupan osapuolten kesken. Tämä tarkoittaa, että osapuolet saavat

vapaasti valita, minkä maan lakia heidän kauppasopimukseensa sovelletaan. Tämä tulee tehdä lakiviittauksella kauppasopimuksessa.

Jos kaupan osapuolet eivät tällaista lakiviittausta tee, sovellettava laki valitaan jonkin kansainvälisen lainvalintakonvention avulla. Tärkeimpänä näistä on vuoden 1980 ns. Rooman konventio. Sopimusvapaus ei kuitenkaan ole täysin rajoituksetonta kuluttajakaupassa, mikä johtuu kuluttajaa suojaavien lakien ja asetusten pakottavuudesta. Rooman yleissopimukseen on sisällytetty erityissääntöjä, joilla suojellaan heikompaa osapuolta, kuten kuluttajaa. Kuluttajakaupan lainvalinnasta säädetään Rooman yleissopimuksen 5 artiklassa. (Helsingin seudun kauppakamarin jäsentiedote; Helsingin seudun kauppakamari sopimusasiat; Ämmälä 2006, 9 – 13.)

Kuluttajakaupassa sovelletaan pääsääntöisesti sen maan lakia, jossa kuluttaja asuu. Lakiviittaukset sovellettavasta laista ovat kuluttajakaupassakin sallittuja, mutta kuluttajansuojalainsäädännön pakottavuuden takia, ne eivät saa heikentää kuluttajan kotimaan lainsäädännöllä annettua suojaa. Verkkokaupan eli etämyynnin osalta kuluttajan kotimaan lakien soveltaminen edellyttää kuitenkin käytännössä sitä, että elinkeinonharjoittaja on tarjonnut tuotteita tai palveluja kuluttajan omalla äidinkielellä eli on selvästi suunnannut toimintaansa kyseiseen valtioon. Etämyynnissä lähtökohtana sovellettavalle laille on siis elinkeinonharjoittajan kotimaan laki. (Helsingin seudun kauppakamarin jäsentiedote; Ämmälä 2006, 9 – 13.)

Suomen kuluttajansuojalaissa rajoitetaan lakiviittauksen tekemistä 6 luvun 19§:ssä seuraavasti:

Lakiviittauksella, jonka perusteella sopimukseen sovelletaan Euroopan talousalueen ulkopuolisen valtion lakia, ei voida syrjäyttää Euroopan talousalueeseen kuuluvassa valtiossa voimassa olevia, lakiviittauksen puuttuessa sovellettavia säännöksiä etämyynnistä, jos niissä suojataan kuluttajaa tehokkaammin kuin lakiviittauksen perusteella sovellettavassa laissa.

Etämyyntidirektiivissä vastaava lakiviittaus rajoitetaan 12 artiklassa seuraavasti:

Säännösten pakottavuus

1. Kuluttaja ei voi luopua oikeuksista, jotka hänelle annetaan saattamalla tämä direktiivi osaksi kansallista lainsäädäntöä.

2. Jäsenvaltioiden on toteutettava tarpeelliset toimenpiteet sen estämiseksi, että kuluttaja ei saa tässä direktiivissä annettua suojaa sen vuoksi, että sopimukseen päätetään soveltaa kolmannen valtion lakia, jos sopimuksella on läheinen yhteys yhden tai useamman jäsenvaltion alueeseen.

Tämä rajoitus tarkoittaa käytännössä sitä, etteivät kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja voi keskenään sopia siten, että heidän välisessään kaupassa sovellettaisiin jonkin Euroopan talousalueen ulkopuolisen valtion lakia, joka antaisi kuluttajalle heikomman suojan kuin se laki, joka tulisi sovellettavaksi ilman lakiviittausta.

Esimerkkinä tällaisesta voisi olla tilanne, jossa ranskalainen elinkeinonharjoittaja ja suomalainen kuluttaja tekisivät etämyyntisopimuksen, jossa viitataan Venäjän lakiin. Tällaisessa tilanteessa ehto, jossa viitataan Venäjän lakiin, on mitätön, jos se suojaa kuluttajaa heikommin kuin laki, jota sovellettaisiin ilman lakiviittausta.

Esimerkkejä lainvalinnasta

1. Suomalainen kuluttaja ostaa italialaisesta verkkokaupasta polkupyörän. Verkkokaupassa tuotetiedot ja asiakaspalvelu ovat saatavilla englannin ja italian kielellä. Ostajan ja myyjän välisessä kauppasopimuksessa viitataan käytettäväksi Meksikon lakia.

Ratkaisu: Ehto Meksikon lakiviittauksesta ei päde, koska ilman lakiviittausta sovellettavaksi tuleva myyjän kotimaan laki suojaa kuluttajaa laajemmin kuin Meksikon laki. Sovellettavaksi tässä tapauksessa tulisi siis Italian kuluttajan-suojalaki, jonka vähimmäistason määrää etämyyntidirektiivi.

2. Suomalainen kuluttaja tilaa kengät verkkokaupasta, jonka kotimaa on Iso-Britannia. Englannin lisäksi verkkokaupassa on kielivaihtoehtona myös suomen kieli. Elinkeinoonharjoittajan ja kuluttajan välisessä suomenkielisissä kauppaehdoissa viitataan käytettäväksi Iso-Britannian lakia.

Ratkaisu: Yritys on selvästi suunnannut toimintaansa Suomeen, koska verkkokaupassa voi asioida suomen kielellä ja kauppaehdot on laadittu suomen kielellä. Lakiviittauksella ei voida heikentää kuluttajan kotimaan pakottavaa lainsäädäntöä niiltä osin, kuin se suojaa kuluttajaa laajemmin kuin Ison-Britannian vas-

taava. Sovellettavaksi laiksi tulisi tässä tapauksessa siis Suomen kuluttajansuojalaki.

3.7 Kuluttajansuoja EU:n ulkopuolisessa verkkokaupassa

EU:n ulkopuolella toimivasta verkkokaupasta tuotteita tilattaessa kuluttajalla ei välttämättä ole samanlaisia oikeuksia ja suojaa kuin EU-alueella toimivalta elinkeinoharjoittajalta tilattaessa. Myyjää ei sido suomalainen kuluttajansuojalainsäädäntö eikä etämyyntidirektiivi. Tämän vuoksi kuluttajan oikeudet ja velvollisuudet tällaisessa verkkokaupankäynnissä määrää elinkeinonharjoittajan kotimaan lainsäädäntö, sekä tehty sopimus ja siinä säädetyt kaupan ehdot. Kuluttajalla ei siis automaattisesti ole minkäänlaista peruutusoikeutta EU:n ulkopuolisesta verkkokaupasta ostamalleen tuotteelle. Verkkokauppiaalla on tietenkin mahdollisuus antaa kuluttajalle sellaisia ehtoja kaupan peruuttamiselle kuin parhaaksi näkee. Kuluttajan kannalta joustava palautuskäytäntö ja peruuttamisoikeus ovat yrityksille mainio kilpailukeino, ja esimerkiksi monet yhdysvaltalaiset verkkokaupat tarjoavatkin erittäin pitkiä palautusaikoja, jopa Euroopan vastaviin verrattuna. Lisäksi EU:n ulkopuolelta tilattaessa kuluttajan on otettava huomioon mahdolliset verot, tullimaksut ja tuontirajoitukset. (Global Shopping 2012; Tulli 2012a.)

3.8 Kuluttajariitalautakunnan ratkaisuja etämyynnin peruutusoikeudesta

Seuraavassa on esitelty muutamia kuluttajariitalautakunnan (KRIL) ratkaisuja, jotka käsittelevät etämyynnin peruutusoikeutta koskevia, kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisiä riitoja. Ratkaisut löytyvät kokonaisuudessaan kuluttajariitalautakunnan verkkosivuilla olevasta ratkaisutietokannasta.

3.8.1 KRIL (856/36/06) mittatilaustuote, peruutusoikeus

Kuluttajariitalautakunnan ratkaisussa (856/36/06) käsitellään peruutusoikeutta ja sen puuttumista, mikäli tuote on valmistettu kuluttajan toivomusten mukaan:

Kuluttaja tilasi elinkeinonharjoittajalta joulukuussa 2005 sähköpostitse ranneke-lon, jonka hinta oli 239 euroa. Saatuaan kellon 8.2.2006 kuluttaja ilmoitti elinkeinonharjoittajalle haluavansa vaihtaa sen isompaan. Erimielisyys koskee sitä, onko K:lla oikeus peruuttaa kauppa.

Kuluttaja oli siis etämyyntimenetelmää käyttäen tilannut itselleen rannekellon. Tutustuttuaan kelloon ja huomattuaan, että se oli hänen käyttötarkoitukseensa liian pieni, kuluttaja palautti kellon elinkeinonharjoittajalle peruuttamisoikeutensa vedoten. Elinkeinonharjoittaja ei suostunut palautukseen vedoten siihen, että kyseessä oli tilaustuote, joka oli tehty asiakasta varten.

Kuluttajansuojalain 6 luvun 16§ mukaan peruutusoikeutta ei ole, mikäli tavara on valmistettu kuluttajan toiveiden mukaan tai yksilöity siten, että sen uudelleenmyynti on vaikeaa. Kuluttajariitalautakunnan mukaan tapauksessa ei ole näyttöä siitä, että kyseessä on ns. mittatilaustuote. Lautakunnan päätöksessä todetaan:

Kysymyksessä on ollut Internetissä esitelty kellomalli, johon ei ole tehty kaiveruksia ja jota ei ole muutenkaan muunneltu kuluttajan toivomusten mukaisesti.

Lisäksi kuluttajansuojalain 6 luvun 13§ mukaan peruuttamisoikeuden puuttumisesta on ilmoitettava kuluttajalle jo hyvissä ajoin ennen sopimuksen syntymistä. Tässä tapauksessa elinkeinonharjoittaja ei ollut ilmoittanut peruuttamisoikeuden puuttumisesta. Elinkeinonharjoittajan verkkosivuilla oli maininta ”toimituksilla on kuluttajalain mukaiset vaihto- ja palautusoikeudet.”

Lautakunnan ratkaisusuosituksessa todetaan:

Kuluttajariitalautakunta suosittaa, että sopimus peruutetaan ja EH palauttaa K:lle hinnan 239 euroa. Elinkeinonharjoittajalla on oikeus saada kello takaisin omalla kustannuksellaan

Lautakunnan ratkaisusta voidaan vetää johtopäätös, että mikäli tuote olisi oikeasti ollut sellainen kuluttajan mittojen mukaan tehty tuote, jota olisi vaikea myydä uudelleen, tai siihen olisi esimerkiksi tehty kuluttajan pyynnöstä kaiverrus, peruuttamisoikeutta ei olisi voitu käyttää.

3.8.2 KRIL (4665/32/08) toimitustapa, peruutusoikeus

Kuluttajariitalautakunnan ratkaisussa (4665/32/08) käsitellään toimitustavan vaikutusta peruutusoikeuteen seuraavasti:

Kuluttaja tilasi marraskuussa 2008 Internetin välityksellä elinkeinonharjoittajalta tietokoneen näytön, joka maksoi 207 euroa. Kuluttaja nouti tuotteen elinkeinonharjoittajan myymälästä ja maksoi sen pankkikortilla myymälässä. Viikon kulu-

essa tavarahan vastaanottamisesta kuluttaja ilmoitti haluavansa vaihtaa tai palauttaa tavarahan. Yhtiö kieltäytyi peruuttamasta kauppaa, koska toimitusehtojen mukaan liikkeestä noudetuilla tavaroilla ei ole etämyynnin peruuttamisoikeutta.

Kyseessä on tilanne, jossa kuluttaja on asioinut elinkeinonharjoittajan verkko-kaupassa ja tilannut sieltä tuotteen. Toimitustavaksi kuluttaja valitsi noudon elinkeinonharjoittajan toimipisteestä ja maksutavaksi pankkikortin. Kuluttajan mielestä hänellä on kuluttajansuojalain 6 luvun 15§ mukainen peruuttamisoikeus, koska kyseessä on etämyynti. Kuluttaja vaatii elinkeinonharjoittajaa palauttamaan kauppahinnan 207 euroa. Elinkeinonharjoittajan mukaan kyseessä ei ole etämyynti, koska kuluttaja on noutanut tavarahan myymälästä ja maksanut tuotteen noudettaessa.

Ratkaisussaan kuluttajariitalautakunta toteaa:

Myyjän käyttämä markkinointi- ja myyntitapa on laissa tarkoitettu etätarjontamenetelmä. Merkitystä ei ole sillä, että hyödykkeen voi hakea myymälästä, kuten kuluttaja on tehnyt. Elinkeinonharjoittajan sopimusehto siitä, että etämyyntisäännöt eivät koske myymälästä noudettuja tuotteita, on lainvastaisena mitätön.

Kuluttajariitalautakunta suosittaa, että elinkeinonharjoittaja palauttaa kuluttajalle tuotteen hinnan 207 euroa. Kuluttajan on palautettava tuote elinkeinonharjoittajalle.

Lautakunnan ratkaisusta voidaan vetää johtopäätös, että toimitustavalla ei ole vaikutusta siihen, onko kyseessä etämyynti vai ei, mikäli etämyynnin muut kuluttajansuojalaissa 6 luvun 3§:ssä määritellyt ehdot täyttyvät. Elinkeinonharjoittaja ei siis voi pätevästi solmia ehtoja, joilla heikennetään pakottavaa kuluttajansuojalainsäädäntöä.

3.8.3 KRIL (03/36/3370) hygieniatuote, peruutusoikeus

Kuluttajariitalautakunnan käsittelee ratkaisussaan (03/36/3370) hygieniatuotteen peruuttamisoikeutta ja tiedonantovelvollisuuden laiminlyöntiä seuraavasti:

Kuluttaja osti 44 euron hintaisen hirvipillin elinkeinonharjoittajan Internet-sivuilta. Kuluttaja ilmoitti myyjälle palauttavansa pillin, minkä hän myyjän kielteisestä kannasta huolimatta teki. Myyjä kieltäytyi palauttamasta kauppahintaa kuluneen.

Kuluttaja vaatii kauppahinnan palauttamista ja posti- sekä puhelinkulujen korvaamista etämyyntisäädöksiin vedoten. Lisäksi pillin mukana tuli veloitusta c-

kasetti, jossa opastettiin pillin käyttöä. Kuluttajan mukaan elinkeinonharjoittajan verkkosivuilla ei ollut mitään tietoa ostajan oikeuksien rajoittamisesta.

Elinkeinonharjoittajan mukaan verkkokaupassa, josta kuluttaja pillin osti, kerrotaan, että kansainvälisen käytännön mukaisesti paketista poistetulla houkutuspillillä ei ole palautusoikeutta hygieniasyistä. Pillin mukana toimitetaan opetus-kasetti. Kasetit eivät kuulu palautusoikeuden piiriin ja lisäksi kasetista oli nähtävissä, että sitä oli käytetty.

Ratkaisussaan kuluttajariitalautakunta toteaa:

Suuhun laitettava pilli on tuote, jota luonteensa vuoksi ei voi palauttaa edelleen myytäväksi hygieniasyistä. Tästä peruutusoikeuden rajoituksesta pitää ilmoittaa kuluttajalle hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä. Kuluttajan mukaan myyjän nettisivuilla ei ollut mainintaa ostajan oikeuksista. Pillin mukana tulleen c-kasetin ei ole selvitetty olleen sinetissä, joten sen palautusoikeutta ei ole mahdollista rajoittaa.

Elinkeinonharjoittajan Internet-sivuilla todetaan seuraavaa: ”Kansainvälisten tapojen mukaisesti ja hygieniasyistä emme ota vastaan asiakaspalautuksena käytettyä houkutuspilliä.” Kyseinen palautusoikeutta rajoittava teksti löytyy linkistä ”infopiste”.

Lautakunta katsoo, ettei palautusoikeuden rajoituksesta ole ilmoitettu kuluttajansuojalain 6 luvun 13 §:n mukaisesti käytettyyn etäviestimeen sopivalla tavalla selkeästi ja ymmärrettävästi. Edellä olevan perusteella kuluttajalla on ollut oikeus peruuttaa hirvipillin ja pillin mukana tulleen c-kasetin kauppa.

Lautakunta suosittaa, että elinkeinonharjoittaja palauttaa kuluttajalle 44 euroa sekä korvaa muita kuluja yhteensä 12,40 euroa.

Lautakunnan ratkaisusta käy ilmi, kuinka laaja tiedonantovelvollisuus elinkeinonharjoittajalla on etämyynnissä. Vaikka tieto peruuttamisoikeuden puuttumisesta tässä tapauksessa olikin myyjän verkkosivuilla kerrottu, sitä ei ollut kerrottu kuluttajansuojalain 6 luvun 13 § edellyttämällä tavalla: selvästi ja ymmärrettävästi, joten peruuttamisoikeuden rajoittaminen ei ollut pätevä ehto.

4 Tulli ja verkkokauppa

Suomen Tulli on osa Euroopan unionin tullijärjestelmää. Tulli on valtiovarainministeriön ohjaama keskusvirasto, joka toimii yhteistyössä elinkeinoelämän sekä kotimaisten ja ulkomaisten viranomaisten kanssa. Tullin toimintaa sääntelevät

tullilaki (1466/1994), tulliasetus (1543/1994) ja laki tullilaitoksesta (228/1991). (Tulli 2012d.)

Kun suomalainen kuluttaja tilaa tuotteita EU:n ulkopuolisen elinkeinonharjoittajan verkkokaupasta, hänelle voi syntyä velvollisuus maksaa tilaamistaan tuotteista veroja ja tullimaksuja. Lisäksi joidenkin tuotteiden osalta maahantuontia on rajoitettu määrällisesti ja joitain tuotteita ei saa tilata Suomeen lainkaan. Se, joutuuko kuluttaja maksamaan tullimaksuja tai veroja tilaamistaan tuotteista, määräytyy sen mukaan, toimiiko elinkeinonharjoittaja toisessa EU-maassa, EU:n veroalueen ulkopuolella vai EU:n tullialueen ulkopuolella. Listausta kaikista valtioista ja alueista, jotka kuuluvat EU:n tullin ja/tai veroalueisiin, on saatavilla Tullin verkkosivuilla. Tulli soveltaa Internet-ostoksiin pääosin samoja sääntöjä, kuin muihinkin ulkomailta tehtyihin postimyyntiostoksiin. (Tulli 2012a; Tullilaki 29.12.1994/1466.)

4.1 Verotus ja tullimaksut toisesta EU-maasta tilattaessa

Suomalaisen kuluttajan asioidessa verkkokaupassa, joka sijaitsee EU-alueella, on verovelvollinen pääsääntöisesti elinkeinonharjoittaja. Toisesta EU-maasta Suomeen ostetusta tavarasta ei kuluttajan siis tarvitse maksaa myöskään arvonlisäveroa. Etämyynnillä ostettujen tuotteiden arvonlisäveron ja mahdollisen valmisteveron tilittämisestä, joko myynti- tai määränpäämaahan vastaa lähes aina myyjä. Kuluttajalle verovastuu valmisteverosta voi muodostua ainoastaan sellaisessa tilanteessa, jossa myyjä ei osallistu mitenkään tilatun tuotteen kuljetusjärjestelyihin. Tällainen tilanne lienee verkkokaupankäynnissä äärimmäisen harvinainen. Poikkeuksen muodostavat arvonlisäverolaissa (30.12.1993/1501) määritellyt uudet kuljetusvälineet, joista Tulli kantaa arvonlisäverolain mukaisen, uusien kuljetusvälineiden arvonlisäveron autoverotuksen yhteydessä. (Tullin verkkokauppaopas.)

Euroopan unionissa on kuitenkin alueita, jotka eivät kuulu sen veroalueeseen. Mikäli kuluttaja tilaa tuotteita tällaisella alueella sijaitsevasta verkkokaupasta, tavarat on tulliselvitettävä ja niistä on maksettava tarvittaessa arvonlisävero sekä valmistevero. Tulliselvitys tällaisilta alueilta tilattaessa tulee tehdä, jotta saadaan selville mahdollisen valmiste- ja arvonlisäveron määrä, mutta tuontitullia

näiltä alueilta tilattaessa ei tarvitse maksaa. Tällaisia alueita ovat mm. Kanarialisaaret Isossa-Britanniassa, Espanjan Kanarian saaret ja Suomessa Ahvenanmaan maakunta. Täydellinen luettelo maista, jotka kuuluvat Euroopan unioniin, mutta eivät tulli- ja/tai veroalueisiin on Tullin verkkosivuilla. (Tullin verkkokauppaopas.)

4.2. Verotus ja tullimaksut EU:n ulkopuolelta tilattaessa

Kun kuluttaja tilaa tuotteita EU:n vero- ja tullialueen ulkopuolelta, on hänen maksettava tilaamiensa tuotteiden arvonlisävero ja mahdollinen valmistevero sekä tullimaksut. Valmisteveronalaisia tuotteita ovat mm. alkoholi- ja tupakkatuotteet. (Tullin verkkokauppaopas.)

4.2.1 Arvonlisävero

Suomen yleinen arvonlisäverokanta on 23 prosenttia. Poikkeuksena voidaan mainita esimerkiksi kirjat (9 %) ja elintarvikkeet (13 %). Arvonlisäveron määrää laskettaessa perusteena on tavarán tullaúsarvo, joka tarkoittaa ostetun tavarán arvoa, lisáttyná toimituskustannuksilla. Veron perusteena kýtettäváán summaan lisátáán vielä muut mahdolliset maahantuontikustannukset eli tuontitullit. Esimerkiksi verotusarvo tuotteelle, jonka hinta on 250 euroa, postikulut Suomeen toimitettuna 50 euroa ja tuontitulli 6,75 €, on siis $250 \text{ €} + 50 \text{ €} + 6,75 \text{ €} = 306,75 \text{ €}$. Tástä verotusarvosta lasketaan kulloinkin sovellettavan arvonlisäverokannan mukainen vero. Myös Suomen ulkopuolella maksetut verot lisáávat veron perusteena oleva summaa. (Tullin verkkokauppaopas.)

Arvonlisäveroa ei tarvitse maksaa, mikäli tilattujen tuotteiden kokonaisarvo on alle 22 euroa. Poikkeuksena tähán ovat alkoholi- ja tupakkatuotteet sekä hajuvet. Näistä tuotteista kuluttaja joutuu maksamaan arvonlisäveron, vaikka tavaroiden arvo jáisikin alle 22 euroon. Lisäksi arvonlisäveroa kannettaessa sovelletaan verolajikohtaista 10 euron alarajaa. Tá má tarkoittaa kýtánnössä sitä, että mikäli perittävän veron määrä jáisi alle kymmeneen euroon, sitä ei kanneta. Arvonlisäverotuksessa väháarvoisen tavarán verotuksesta säädetáán arvonlisäverolain 94 §:n 1 momentin 23 kohdassa. Syyná tálaiseen menettelyyn, jossa väháisiä veroja ei peritá, lienee se, että viranomaisille aiheutuvat kantokus-

tannukset olisivat kannettavan veron määrää suuremmat. (Arvonlisäverolaki 30.12.1993/150; Hallituksen esitys HE 311/2010.)

Lainsäädäntöä arvonlisäveron alarajan suhteen ollaan kuitenkin muuttamassa. Hallituksen esityksessä (HE 311/2010) todetaan mm. seuraavaa:

Euroopan unionin ulkopuolelta tapahtuva etäkauppa Suomeen on kasvanut muun muassa Internet-ostamisen helppouden ja kuljetuskustannusten pienemisen vuoksi. Verorajaan liittyvän edun takia Ahvenanmaalle on sijoittautunut yrityksiä, jotka harjoittavat postimyyntiä Ahvenanmaalta muualle Suomeen, ja tämä toiminta on viime aikoina lisääntynyt. Myös muualla Suomessa alun perin toimineet yritykset ovat siirtäneet postimyyntitoimintaansa Ahvenanmaalle.

Voimassa olevat vähäisiä lähetyksiä ja pienintä kannettavaa veron määrää koskevat maahantuonnin euromääräiset rajat aiheuttavat kilpailun vääristymiä. Nykyinen sääntely suosii Euroopan unionin ulkopuolella tai Ahvenanmaalla postimyyntiä harjoittavia yrityksiä suhteessa muualla Suomessa postimyyntiä harjoittaviin yrityksiin ja vastaavien tavaroiden normaalia vähittäiskauppaa muualla Suomessa harjoittaviin yrityksiin.

Hallitus on siis katsonut jo vuonna 2010, että 10 euron alaraja arvonlisäveron perimisessä aiheuttaa kilpailun vääristymistä ja ryhtynyt toimenpiteisiin sen estämiseksi. Hallituksen esityksen mukaan arvonlisäverolakiin lisätään uusi 101b §, jonka 1 momentin mukaan tavarahan maahantuonnin arvonlisäverotuksessa pienin kannettava tai perittävä veron määrä olisi 5 euroa. Tämä hallituksen esitys on hyväksytty laiksi 10.12.2010 ja se tulee voimaan 1.1.2013. (Hallituksen esitys HE 311/2010.)

4.2.2 Tullimaksut

Euroopan unionin tullialueen ulkopuolelta Suomeen tuotavista, myös verkko-kaupasta tilattavista tuotteista pitää maksaa tuontitullia eli ns. tullimaksua. Tullin määrä vaihtelee maahan tuotavan tavarahan mukaan. Tullimaksut ovat joko ns. arvotulleja, joiden määrä lasketaan prosentteina tullausarvosta tai ns. paljous-tulleja, joita maksetaan esimerkiksi euroa/kilo. (Tulli 2012b.)

Maailmalla liikkuva kauppatavara on luokiteltu numerokoodeiksi eli nimikkeiksi, jotka muodostavat ikään kuin yhteisen kielen lähes kaikelle ulkomaankaupalle. EU-alueen ulkopuolelta tuotava tavara on tulliselvitettävä, jolloin kaikille tavaroille on ilmoitettava tavaranimike. Ilman nimikettä tavaraa ei voi tullata. Oikean

nimikkeen löytäminen on tärkeää, jotta maksettavan tullin määrä on oikea. Kuluttaja voi etsiä haluamansa tavaranimikkeen EU:n komission ylläpitämästä DDS/TARIC-ohjelmasta, joka perustuu Taric-tietokantaan. Kun ohjelmaan syöttää maahan tuotavan tavaratyyppin ja ostomaan, ohjelma kertoo mm. erilaiset tuontitullit sekä tuontiin liittyvät mahdolliset rajoitukset. Ohjelma on kuluttajalle ilmainen ja se on Euroopan komission verkkosivuilla. (Tulli 2012b; Tullilaki 30.12.1993/1501.)

Kuten arvonlisäverollakin, myös tullimaksuilla on tiettyjä poikkeuksia, jolloin tulleja ei tarvitse maksaa. Tuontitullittomuus myönnetään tapauksissa, joissa tilattujen tavaroiden kokonaisarvo on alle 150 euroa. Alkoholiin, tupakkatuotteisiin ja hajuvesiin tätä arvorajaa ei kuitenkaan sovelleta, niistä tuontitulli maksetaan aina. Lisäksi tullimaksuissa on käytössä 10 euron alaraja. Tämä tarkoittaa sitä, että alle 10 euron tuontitullia ei peritä lainkaan. Tätä tullilaskun alarajaa ei kuitenkaan sovelleta valmisteveron alaisiin tuotteisiin, kuten alkoholi- ja tupakkatuotteisiin. (Tullin verkkokauppaopas.)

4.2.3 Esimerkkejä arvonlisäveron ja tullimaksun määräytymisestä

Kuluttajan pitää siis tuotteita EU:n ulkopuolelta tilatessaan muistaa ottaa huomioon, että lopullinen hinta tuotteelle voi muodostua huomattavasti korkeammaksi kuin hinta, joka verkkokaupan sivuilla on ilmoitettu. Hintavertailua eri verkkokauppojen välillä tehtäessä tulisi muistaa, että kuluttajan maksamaan lopulliseen hintaan vaikuttavat mahdollinen valmistevero, arvonlisävero ja tullimaksut. Tämä voi johtaa tilanteeseen, jossa tilaaminen EU:n vero- tai tullialueen ulkopuolella sijaitsevasta verkkokaupasta ei ole enää kannattavaa, vaikka tuotteen alkuperäinen hinta olisikin halvempi kuin EU-alueen verkkokaupasta tilattaessa.

Toisaalta kuluttajalle voi syntyä merkittävää hyötyä EU:n veroalueen ulkopuolelta tilatessaan. Alle 43,47 euron ostoista kun ei siis tarvitse maksaa arvonlisäveroa (alv 23 %), koska alle 10 euron veroa ei peritä.

Seuraavassa taulukossa on esimerkkejä yleisimpien verkkokaupasta tilattavien tuotteiden tullimaksuista ja arvonlisäverosta, jotka kuluttaja on velvollinen maksamaan, kun kauppa sijaitsee EU:n vero- ja tullialueen ulkopuolella.

Tuote	Tulli	Alv
Aurinkolasit	2,9 %	23 %
Auton korin osat	4,5 %	23 %
Auton moottorin osat	2,7 %	23 %
Digitaalijärjestelmäkameran runko ja objektiiveja	Rungon ja yhden objektiivin tulli vapaa	23 %
	- lisäobjektiivit 6,7 %	23 %
Dvd-levyt (musiikki ja elokuva)	3,5 %	23 %
Golf-välineet	2,7 %	23 %
Kengät	nahkaa 8 %, tekstiiliä 17 %	23 %
Kirjat	vapaa	9 %
Kitarat	3,2 %, sähkökitarat 3,7 %	23 %
Kosmetiikka	vapaa tai 6,5 %	23 %
Moottoripyörän osat	3,7 %	23 %
Nahkaiset käsilaukut	3 %	23 %
Nuket	ihmistä esittävät 4,7 %, muut vapaa	23 %
Nuken osat ja tarvikkeet	vapaa	23 %
Pienoismallit	vapaa tai 4,7 % materiaalista riippuen	23 %
Rannekellot	80 senttiä	23 %
Siimakalastustarvikkeet	3 %	23 %
Tietokoneet	vapaa	23 %
Vaatteet	12 %	23 %

Kuva 5. Esimerkkejä tuotteiden tullimaksuista ja arvonlisäverosta (Tulli 2012c)

Esimerkki 1: Suomalainen kuluttaja tilaa Espanjan Kanariansaarilla sijaitsevasta verkkokaupasta aurinkolasit, joiden hinta toimituskuluineen on 37 euroa. Kanarialta etämyyntinä ostetuista tavaroista ei kanneta tullimaksuja, koska alue kuuluu EU:n tullialueeseen. Kanariansaaret eivät kuitenkaan kuulu EU:n veroalueeseen, joten sieltä tilatuista tavaroista pitää maksaa arvonlisävero. Aurinkolasien arvonlisävero on 23 %, joten tilauksen verot ovat $37 \text{ €} \times 23 \% = 8,51 \text{ €}$. Koska veron määrä on alle 10 euroa, saa kuluttaja kyseisen tilauksen verottomana. Mikäli tilatun tuotteen hinta olisi ollut postikuluineen esimerkiksi 45 euroa, tulisi kuluttajan maksaa tilauksestaan arvonlisäveroa, koska veron määrä ylittäisi verolajikohtaisen 10 euron alarajan: $45 \text{ €} \times 23 \% = 10,35 \text{ €}$

Esimerkki 2: Suomalainen kuluttaja tilaa saksalaisesta verkkokaupasta käsilaukun. Tilauksen arvo toimituskuluineen on 125 €. Saksa kuuluu EU:n vero- ja

tullialueeseen, joten kuluttajan ei tarvitse maksaa tuontitullia, ja arvonlisäveron maksamisesta vastaa elinkeinonharjoittaja.

Esimerkki 3: Suomalainen kuluttaja tilaa auton kaasuttimen USA:sta. Hinta toimituskuluineen on 180 €. Toimituskulujen osuus tilauksesta on 35 €. Vaikka USA ei kuulu EU:n tullialueeseen, kuluttajan ei tarvitse maksaa tilauksesta tuontitullia, koska kaasuttimen hinta ei ylitä 150 euroa. Arvonlisävero on maksettava, koska tavaroiden kokonaisarvo ylittää 22 euron alarajan. Arvonlisäveron perusteena on tullausarvo, eli tilauksen hinta toimituskuluineen. Arvonlisäveron määrä on siis: $180 \text{ €} \times 23 \% = 41,40 \text{ €}$. Näin kuluttajan maksama todellinen hinta kaasuttimesta on $180 \text{ €} + 41,40 \text{ €} = 221,40 \text{ €}$. (Lindqvist, E. Tullihallitus. 3.5.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.)

Esimerkki 4: Suomalainen kuluttaja tilaa 170 euron arvoisen takin Japanista. Toimituskulut Suomeen ovat 45 euroa. Koska Japani ei kuulu EU:n tulli- eikä veroalueeseen, on kuluttajan maksettava tilauksestaan sekä arvonlisävero että tuontitulli, joka vaatteiden osalta on 12 %. Tuontitullin määrä on $(170 \text{ €} + 45 \text{ €}) \times 12 \% = 25,80 \text{ €}$. Tilauksen arvonlisäveron määrä on $(170 \text{ €} + 45 \text{ €} + 25,80 \text{ €}) \times 23 \% = 55,40 \text{ €}$. Esimerkin mukaisessa tilanteessa kuluttaja joutuu siis maksamaan 170 euron takista lopulta $170 \text{ €} + 45 \text{ €} + 25,80 \text{ €} + 55,40 \text{ €} = 296,20 \text{ €}$. (Lindqvist, E. Tullihallitus. 3.5.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.)

4.2.4 Tilauksen palauttaminen

Mikäli kuluttaja haluaa palauttaa tilaamansa tuotteet, joista on joutunut maksamaan tuontitullia tai arvonlisäveroa, on palautettavista tavaroista tehtävä tullille vienti-ilmoitus. Vienti-ilmoituksella varmistetaan, ettei kuluttajan tarvitse maksaa tullimaksuja tai arvonlisäveroa uudestaan, kun korjattu tai vaihdettu tavara saapuu kuluttajalle takaisin. Ilmoitus pitää tehdä ennen tavaroiden palauttamista. Jos tavarat palautetaan lopullisesti elinkeinonharjoittajalle, kuluttajan tulee tehdä tullinpalautushakemus saadakseen maksetun tullen ja arvonlisäveron takaisin itselleen. (Tullin verkkokauppaopas.)

4.3 Tuontirajoitukset

Kuluttaja ei saa tilata kaikkea tavaraa Suomeen aivan vapaasti. Tiettyjen tuotteiden osalta rajoitukset ovat määrällisiä, eli tilata saa mutta määrää on rajoitettu. Joidenkin tuoteryhmien osalta rajoitukset ovat alueellisia, eli tilaukset Eta-alueen (Euroopan talousalue) ulkopuolelta ovat kielletty. Joitain tuotteita, kuten esimerkiksi nuuskaa, ei saa tilata Suomeen lainkaan. (Tullin verkkokauppaopas.)

4.3.1 Lääkkeet

Euroopan talousalueen sisällä, eli Eta-maissa (EU-maat + Norja, Islanti ja Liechtenstein) toimivasta laillisesta lääkkeenjakeleupisteestä, esimerkiksi apteekista, kuluttaja saa tilata reseptilääkevalmisteita, itsehoitolääkevalmisteita, rohdosvalmisteita ja rekisteröityjä tai myyntiluvallisia homeopaattisia valmisteita kolmen kuukauden tarvetta vastaavan määrän. Reseptilääkkeitä tilattaessa on vastaanottajalla oltava voimassa oleva resepti kyseiselle lääkkeelle. Tulli luovuttaa postitse toimitetut lääkkeet vain henkilölle, joka pystyy osoittamaan, että valmiste on hankittu hänen omaan lääkitykseensä. Lääkkeiden ja lääkeaineiksi luokiteltavien luontaistuotteiden tilaaminen Eta-alueen ulkopuolelta on kielletty. Suomessa tämän luokittelun tekee Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea. Lisäksi kiellettyä on kaikkien eläinlääkkeiden ja huumausaineita sisältävien lääkkeiden tilaaminen Suomen ulkopuolelta. (Fimea 2012; Tullin verkkokauppaopas.)

4.3.2 Muita rajoituksia

Vaarallisten tuotteiden maahantuonti on kielletty. Kun kuluttaja tilaa verkkokaupasta tuotteita, hänet rinnastetaan maahantuojaksi. Vaarallisuuden perusteella kuluttajalta on kielletty mm. seuraavien tuotteiden maahantuonti: huumausaineet, radioaktiiviset aineet, ampuma-aseet ja -tarvikkeet sekä räjähdysaineet ja iletulitteet. Lisäksi kiellettyä on tilata sähkölaitteita, joista puuttuu CE-merkintä. CE-merkintä on valmistajan vakuutus siitä, että tuote täyttää Euroopan unionin asettamat turvallisuutta, terveyttä, ympäristöä ja kuluttajansuojaa koskevat vaatimukset. (Tullin verkkokauppaopas; Euroopan komissio 2012.)

Maahantuontia rajoitetaan myös uhanalaisuuden perusteella. Kuluttaja ei voi vapaasti tuoda maahan eli esimerkiksi tilata verkkokaupasta tuotteita, jotka kuuluvat ns. CITES-listalle. CITES-yleissopimus (Convention on international trade in endangered species of wild flora and fauna) sääntelee yli 30 000 uhanalaisen kasvi- ja eläinlajin, niiden osien ja niistä valmistettujen tuotteiden kauppaa. Mikäli kuluttaja haluaa tilata tuotteita, jotka kuuluvat uhanalaisuuden perusteella CITES-listalle, on lupa maahantuonnille anottava etukäteen Suomen ympäristöministeriöltä. Ohjeita ja tietoa uhanalaisuuden perusteella luvanvaraisten tuotteiden tilaamiseen löytyy Suomen ympäristökeskuksen verkkosivuilta. (Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu; Tullin verkkokauppaopas.)

Kiellettyä on myös tilata kaikenlaisia tekijänoikeutta loukkaavia tallenteita, kuten cd- ja dvd-levyjä. Kaikenlaisten tuoteväärennösten eli ns. piraattituotteiden tilaaminen on siis kiellettyä, vaikka tuotteet tilattaisiinkin vain omaan käyttöön. (Tullin verkkokauppaopas.)

4.4 Tullaaminen käytännössä

Tilauksen saavuttua kuluttaja saa tulliselvitystä edellyttävästä tavarasta saapumisilmoituksen. Tämä ilmoitus tulee rahtilähetyksissä rahdinkuljettajalta, postilähetyksissä Itellalta. Saapumisilmoituksessa on ainakin seuraavat tiedot: saapumistunnus, saapumispäivä, lähettäjä, vastaanottaja, tiedot lähetysten sisällyttämisestä tavarasta ja tavarantoimipaikka. (Tullin verkkokauppaopas.)

Tavarantoiminnan tullaaminen tapahtuu joissain Tullin toimipisteistä, jotka hoitavat postitullauksia. Lista näistä toimipisteistä on Tullin verkkosivuilla. Koska tavarantoiminnan maahantuontiverotus ja tullimaksut perustuvat tavarantoiminnan maksettuihin hintoihin, kuluttaja tarvitsee tullin toimipisteessä asioidessaan tavaraa koskevan kauppalaskun tai esimerkiksi elinkeinonharjoittajan lähettämän tilausvahvistuksen, josta käy ilmi tavarantoiminnan arvo. Kun verot ja tullit on maksettu, saa kuluttaja tilaamansa tavarantoiminnan haltuunsa. (Tullin verkkokauppaopas.)

Tullauksen voi nykyään hoitaa myös Tullin nettituonti-palvelussa. Palvelun käyttäminen edellyttää, että kuluttajalla verkkopankkitunnukset ja suomalainen henkilötunnus. Tullin nettituonti-palvelun kautta kuluttaja voi maksaa tullauspäätöksen mukaisen laskun verkkopankissaan ja saada paketin suoraan kotiinsa tai

lähipostiinsa. Nettipalvelussa ei kuitenkaan voi tullata muuttotavaroita, aseita, eläimiä eikä tupakka- ja alkoholituotteita. (Tullin verkkokauppaopas.)

5 Pohdintaa

Suomalainen kuluttaja asioi jo nyt mitä erilaisimmissa verkkokaupoissa, jotka sijaitsevat ympäri maailmaa, ja olemassa oleva suuntaus kuluttajakaupassa on selvästi sellainen, että tulevaisuudessa rajat ylittävä kaupankäynti tulee yleistymään entisestään. Verkossa tapahtuvaan kaupankäyntiin liittyy kuluttajan kannalta mahdollisuuksia, mutta myös riskejä. Rajat ylittävän verkkokaupan kehitystä jarruttavat kuluttajien epävarmuus toimitusajoista, huoli kuluttajansuojan puutteellisuudesta sekä maksuliikenteen riskit. Osa näistä tekijöistä on todellisia, osa kuviteltuja, jotka johtuvat kuluttajien ennakkoluuloista ja epätietoisuudesta. Yritysten näkökulmasta rajat ylittävän kaupan kehityksen hidasteena ovat kieli- ja kulttuurierot, erilaiset arvonlisäverotukseen liittyvät seikat sekä sovellettavan lain määräytymiseen liittyvät ongelmat. (Helsingin Sanomat 26.4; Kuluttajan käsikirja 2005, 111.)

5.1 Turvallinen verkkokaupankäynti

Pääasiallisesti verkkokaupassa asioiminen on kuluttajalle turvallista, kunhan muistaa käyttää tervettä maalaisjärkeä. Verkosta ostamiseen pätee sama toiseikka, mikä muuhunkin kaupankäyntiin: se mikä kuulostaa ja näyttää liian hyvältä ollakseen totta, on hyvin harvoin totta. Tällä hetkellä eniten ongelmia suomalaisille kuluttajille aiheuttavat erilaiset tutustumis- ja ilmaistarjoukset, jotka leviävät sosiaalisen median kautta ja sähköpostitse. Yleensä tällaiset tarjoukset koskevat terveyteen ja hyvinvointiin liittyviä tuotteita, kuten laihdutusvalmisteita tai vitamiineja. Näissä tapauksissa kuluttajat tilaavat muutaman euron hintaisen tutustumispaketin, maksavat sen luottokortilla ja antavat epäselvien sopimusehtojen nojalla elinkeinonharjoittajalle luvan velkoa tiliä myöhemminkin. Jatkossa tuotteiden hinnat ovatkin sitten huomattavasti kalliimpia kuin avaustarjouksessa ja lisäksi sopimuksen peruuttamisesta ja irtisanomisesta on tehty kuluttajalle vaikeaa. (Lindström 2012.)

Yleisesti verkkokaupassa kuluttajille ongelmia aiheuttavat toimitusviivästykset, tavarantoimituksen virhetilanteet, kuljetusvauriot sekä maksetut, mutta toimittamattomat tuotteet. Palvelujen osalta kuluttajien ongelmat liittyvät useimmiten majoitusvarauksiin, lentojen tilauksiin ja peruutuksiin sekä auton vuokraukseen liittyviin seikkoihin. Ongelmia esiintyy myös erilaisissa seuranhakupalveluissa, joista irtisanoutuminen on tehty kuluttajan kannalta vaikeaksi. (Lindström 2012.)

Suhteutettuna siihen, kuinka paljon kuluttajat tilaavat tavaraa verkosta, ongelmat ovat kuitenkin verraten harvinaisia. Kun kuluttaja noudattaa varovaisuutta ja tiettyjä verkkokaupankäyntiin liittyviä ohjeita, voi verkkokaupoissa asioiden avulla saada huomattavaa taloudellista säästöä verrattuna ns. kivijalkaliikkeessä asioimiseen, ja aivan yhtä turvallisesti. Seuraavassa on lueteltu kuluttajan kannalta tärkeimpiä ohjeita ja neuvoja turvalliseen verkkokaupankäyntiin.

A) Ota selvää kauppakumppanista

Elinkeinonharjoittajasta on oleellista tietää ainakin yrityksen nimi, kotipaikka, käyntiosoite, puhelinnumero ja muut yhteystiedot. On täysin mahdollista, että kaupan verkkosivut sijaitsevat englanniksi, mutta kauppa sijaitsee esimerkiksi Kiinassa. Kuluttajan on oleellista tietää kaupan sijaintivaltio, jotta välttyy yllättäviltä veroilta tai tuontitulleilta. Hyvä keino yhteystietojen oikeellisuuden ja asiakaspalvelun toimivuuden varmistamiseksi on tiedustella esimerkiksi joitain tuotetietoja yrityksen asiakaspalvelusta ennen tilausta. Euroopan kuluttajakeskuksen verkkosivuilta löytyvä Howard-verkkokauppa-apuri on myös hyvä apukeino verkkokaupan luotettavuuden arvioimisessa. Antamalla verkkosivun nimen ohjelmalle kuluttaja saa esimerkiksi tiedon, milloin yrityksen domain on rekisteröity. Aivan viime aikoina rekisteröidyltä verkkosivuilta tilaaminen voi olla riski. Myös erilaiset Internetin keskustelupalstat ovat hyviä tietolähteitä, kun kuluttaja ottaa selvää kauppakumppanistaan. Epärehellinen tai huonosti palveleva verkkokauppa saa nopeasti huonon maineen. Tällainen tieto leviää nopeasti Internetin erilaisilla keskustelupalstoilla kuluttajalta toiselle. (Howard verkkokauppa-apuri a; Lindström 2012.)

B) Ota selvää kaupan ehdoista

Kuluttajan on tärkeä varmistua ennen tilausta, että hän tietää, mihin on sitoutumassa. On tärkeää lukea sopimusehdot tarkasti, myös silloin kun ne ovat pitkät. Jos sopimusehdot ovat kielellä, jota kuluttaja ei ymmärrä, kannattaa vaihtaa verkkokauppaa. Huomiota kannattaa kiinnittää ainakin seuraaviin yksityiskohtiin: tuotteen lopullinen hinta toimituskuluineen ja veroineen, peruutusoikeus tai sen puuttuminen. Oleellista on myös tietää, kuka vastaa palautuskustannuksista ja kuinka tuotteen palauttaminen käytännössä tapahtuu, sekä mahdollisen takuun pituus ja takuukorjausten suorituspaikka. Lisäksi on syytä ottaa selvää, kuinka sopimus irtisanotaan, mikäli kyseessä on jatkuva sopimus. (Euroopan kuluttajakeskus 2012d; Howard verkkokauppa-apuri a; Lindström 2012.)

C) Maksa luottokortilla

Turvallisin tapa maksaa ostoksia olisi tietenkin lasku. Harva elinkeinonharjoittaja kuitenkaan suostuu toimittamaan tavaraa laskulla, ainakaan ulkomaille. Kuluttajan kannalta turvallinen ja helppo tapa maksaa ostoksia onkin luottokortti. Luottokortilla maksettaessa pitää muistaa varmistua, että maksutilanne on suojattu. Salatun yhteyden tunnistaa siitä, että verkko-osoitteeseen tulee http:n perään s-kirjain. Selaimen osoiterivin tulisi näyttää silloin esimerkiksi tällaiselta: <https://www.kaupannimi.com>. Lisäksi selaimen osoiteriville tai ruudun alalaitaan ilmestyy lukko-symboli. Kuluttajan on hyvä muistaa, että luotettava verkkokauppias ei koskaan kysele luottokorttitietoja sähköpostilla, eikä niitä koskaan pidä antaa sähköpostin välityksellä kenellekään. Kun ostokset on maksettu luottokortilla, voi kuluttaja vaatia maksunpalautusta luottokorttiyhtiöltä kuluttajansuojalain 7 luvun 39 §:n nojalla, mikäli tavaraa ei toimiteta tai se on virheellinen. Tämä antaa kuluttajalle huomattavaa lisäsuojaa sen varalle, että kauppakumppanina oleva elinkeinonharjoittaja olisi epärehellinen. Lisätietoa ja toimintaohjeita kannattaa kysyä omalta luottokorttiyhtiöltä. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38; Howard verkkokauppa-apuri a; Euroopan kuluttajakeskus 2012d; Lindström 2012.)

D) Säästä kaikki asiakirjat

Internet-sivujen sisältö muuttuu jatkuvasti. Kuluttajan kannattaa tulostaa tai muuten tallentaa todisteellisesti, esimerkiksi kuvankaappauksia hyväksikäyttä-

en, kaikki etäsopimukseen liittyvät asiakirjat. Mikäli tilauksesta tai sen ehdoista syntyy jälkeensä riitaa, kuluttajalla on hyvä olla tallessa: tehty tilaus, elinkeinonharjoittajan lähettämä tilausvahvistus, toimitusehdot, tuotteen kuvaus/mainos ja mahdolliset sähköpostikeskustelut myyjän kanssa. Esimerkiksi tilanteessa, jossa toimituksen sisältö ei vastaa tilausta, kuluttajan on helpompi pitää kiinni omista oikeuksistaan, kun hän pystyy todistamaan oman kantansa esittämällä tilausvahvistuksen myyjälle. (Howard verkkokauppa-apuri a; Euroopan kuluttajakeskus 2012d.)

5.2 Kuluttajan valitustie

Joskus kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välille syntyy riitaa tai erimielisyyksiä. Erimielisyydet voivat johtua tuotteen laadusta, hinnasta, ominaisuuksista tai esimerkiksi kuluttajan oikeudesta peruuttaa kauppa. Joskus kuluttaja taas törmää epärehelliseen myyjään, vaikka olisikin mahdollisimman huolellinen ja varovainen suorittaessaan ostoksia verkkokaupassa. Tällöinkin kyseessä voi olla vasta liiketoimintaansa aloitteleva verkkokauppias, joka ei välttämättä tunne kaikkia kuluttajan oikeuksia etämyynissä, ja erimielisyydet selviävät kuluttajan otettua yhteyttä elinkeinonharjoittajaan.

Kuluttajan kannattaa tehdä asiallinen reklamaatio myyjälle mahdollisimman nopeasti virheen havaittuaan. Mikäli yhteydenotto myyjään ei tuota toivottua tulosta, suomalaisen kuluttajan ei tarvitse jäädä yksin ongelmansa kanssa. Saatavilla on maksutonta ja asiantuntevaa apua selvittämään erimielisyydet elinkeinonharjoittajan kanssa riippumatta siitä, toimiiko elinkeinonharjoittaja Suomessa vai muualla EU:ssa.

5.2.1 Riidat suomalaisen elinkeinonharjoittajan kanssa

Suomalaisen kuluttajan ja suomalaisen elinkeinonharjoittajan välisessä riitatilanteessa kuluttajan valitustie on yksinkertaistettuna seuraavan kaavion mukainen:



Kaavio 1. Suomalaisen kuluttajan valitustie, kun riidan toisena osapuolena on suomalainen elinkeinonharjoittaja

Lähtökohtana riidan ratkaisussa ja erimielisyyksien selvittämisessä on aina neuvottelu. Kuluttajan tulee reklamoida elinkeinonharjoittajalle mahdollisimman nopeasti kulloinkin erimielisyyden aiheena olevasta asiasta. Lähtökohtaisesti myyjä on aina ensisijassa vastuussa myymänsä tavaran tai palvelun virheestä. Myös laskutuserimielisyyden, toimituksen viivästymisen tai muun sopimushäiriön osalta kuluttajan tulee aina reklamoida sopimuskumppanille mahdollisimman nopeasti. Suuri osa erimielisyyksistä ratkeaa asiallisella yhteydenotolla elinkeinonharjoittajaan. Kuluttajaviraston verkkosivuilla on valmiita yhteydenottomakkeita ja reklamaatiomalleja joilla kuluttaja voi ottaa yhteyttä myyjään. (Kuluttajavirasto 2012l.)

Mikäli kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja eivät löydä keskenään ratkaisua erimielisyyksiinsä, kuluttaja voi ottaa yhteyttä kuluttajaneuvojaan. Kuluttajaneuvojan tehtäviin kuuluu auttaa kuluttajaa riita-asioissa ja toimia sovittelijana kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä. Usein pelkkä kuluttajaneuvojan yhteydenotto myyjään riittää kääntämään riidan kuluttajan eduksi. Kuluttajaneuvonta on maksutonta ja siihen ovat oikeutettuja kaikki Suomen kansalaiset. Kuluttajaneuvonnan yhteystiedot löytyvät Kuluttajaviraston verkkosivuilta. Mikäli riita elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välillä ei kuluttajaneuvojan sovittelustakaan huolimatta ratkea, avustaa kuluttajaneuvoja mahdollisen valituksen tekemisessä kuluttajariitalautakuntaan. (Kuluttajavirasto 2012d.)

Kuluttajariitalautakunta voi ottaa käsittelyynsä kirjallisia valituksia, joissa vaaditaan vastapuolelta jotakin hyvitystä. Lautakunnan verkkosivuilta löytyvät valmiit lomakkeet erilaisiin tapauksiin, riidan kohteena olevan hyödykkeen tai asian mukaan. Käsittely kuluttajariitalautakunnassa on maksutonta riidan molemmille osapuolille. Lautakunnan päätös on ratkaisusuositus, joka ei velvoita elinkeinonharjoittajaa. Päätöksiä noudatetaan kuitenkin lähes 80 %:ssa tapauksista. Jos kuluttaja ei ole tyytyväinen kuluttajariitalautakunnan ratkaisuun, hän voi vie-

dä asian tuomioistuimeen. Suomessa tämä tuomioistuin on kärjäoikeus. Asian tuomioistuimeen vieminen on kuitenkin kuluttajalle aina riski, koska oikeudenkäyntikulut voivat nousta kohtuuttoman korkeiksi suhteessa riidan rahalliseen arvoon ja vastapuoli voi esittää kuluttajariitalautakunnan ratkaisun todisteena. Lisäksi tuomioistuimen käsittely vie usein pitkään. (Kuluttajariitalautakunta 2012c.)

5.2.2 Riidat muualla EU:ssa toimivan elinkeinonharjoittajan kanssa

Suomalaisen kuluttajan ja ulkomailla, EU-alueella toimivan elinkeinonharjoittajan välisessä riitatilanteessa, kuluttajan valitustie on yksinkertaistettuna seuraavan kaavion mukainen:



Kaavio 2. Suomalaisen kuluttajan valitustie, kun riidan toisena osapuolena on muualla EU:ssa toimiva elinkeinonharjoittaja

Aivan kuten edellä suomalaisen elinkeinonharjoittajankin kanssa, lähtökohtana on kertoa myyjälle havaitusta virheestä. Kuluttajan kannattaa reklamoida elinkeinonharjoittajalle mahdollisimman nopeasti. Tavarankäytössä kuluttaja saattaa menettää mahdollisuuden vedota virheeseen, jos ei ole vedonnut siihen kahden kuukauden kuluessa virheen havaitsemisesta. Reklamaatio kannattaa ehdottomasti tehdä kirjallisena ja pyytää elinkeinonharjoittajalta siihen vastaus epäselvyyksien välttämiseksi. Jos esimerkiksi puutteellisen kielitaidon takia kuluttaja ei pysty tekemään reklamaatiota elinkeinonharjoittajalle, antaa Euroopan kuluttajakeskus apua kuluttajalle reklamaation tekemisessä. Kuluttajakeskuksen verkkosivuilla on myös valmiita malleja, joilla kuluttaja voi olla yhteydessä elinkeinonharjoittajaan. (Euroopan kuluttajakeskus 2012e.)

Euroopan kuluttajakeskus antaa myös selvittely- ja sovitteluapua kuluttajalle riitatilanteessa, toisessa EU:n jäsenmaassa sijaitsevan elinkeinonharjoittajan kanssa. Selvittelyssä ja sovittelussa kuluttajakeskus käyttää apunaan toisissa Euroopan Unionin jäsenmaissa sijaitsevia sisartoimistojaan, jotka pystyvät sel-

vittämään asiaa elinkeinonharjoittajan omalla kielellä. (Euroopan kuluttajakeskus 2012e.)

Jos sovittelu ei johda kuluttajan kannalta haluttuun lopputulokseen, voi Euroopan kuluttajakeskus selvittää mahdollisuutta viedä asia johonkin tuomioistuimen ulkopuolisen riitojen ratkaisuelimen käsiteltäväksi. Tällaiset tuomioistuinten ulkopuoliset kuluttajariitoja käsittelevät tahot tarjoavat nopeamman ja halvemman vaihtoehdon kalliille ja pitkäkestoiselle kuluttajariitojen käsittelylle tuomioistuimissa. Suomessa tällainen tuomioistuimen ulkopuolinen taho on kuluttajariitalautakunta. Mikäli tällainen oikeussuojaelin kohdemaasta löytyy, Euroopan kuluttajakeskus avustaa asiakirjojen kääntämisessä ja asian vireille saattamisessa. (Euroopan kuluttajakeskus 2012e; Euroopan kuluttajakeskus 2012f.)

Mikäli tuomioistuimen ulkopuolisen ratkaisuelimen päätös ei tyydytä kuluttajaa, hän voi saattaa asian tuomioistuimen päätettäväksi. Kuluttajalla on pääsääntöisesti oikeus nostaa kanne oman maansa tuomioistuimessa. Oikeudenkäynti on kuitenkin usein pitkä ja kallis prosessi, joten kuluttajan kannattaa selvittää ennen kanteen nostamista, sisältääkö oma vakuutusturva sisällään oikeusturvavakuutuksen, joka kattaa oikeudenkäyntikuluja. Häviävä osapuoli joutuu usein korvaamaan voittaneen osapuolen oikeudenkäyntikulut ainakin osittain. (Euroopan kuluttajakeskus 2012g; Euroopan oikeudellinen verkosto.)

Kuvat

Kuva 1. Kuluttajahallinnon rakenne Suomessa, s. 9

Kuva 2. Kuluttajaviraston strategia 2007–2012, s. 11

Kuva 3. Eri keinot yhdistävä toimintatapa, s. 12

Kuva 4. Peruuttamisajan pituus, s. 35

Kuva 5. Esimerkkejä tuotteiden tullimaksuista ja arvonlisäverosta, s. 47

Kaaviot

Kaavio 1. Suomalaisen kuluttajan valitustie, kun riidan toisena osapuolena on suomalainen elinkeinonharjoittaja, s. 55

Kaavio 2. Suomalaisen kuluttajan valitustie, kun riidan toisena osapuolena on muualla EU:ssa toimiva elinkeinonharjoittaja, s. 56

Lähteet

Euroopan komissio 2012. Saatavissa:

http://ec.europa.eu/finland/news/press/101/10779_fi.htm (Luettu 30.4.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012a. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/postimyynti/lainsaadanto> (Luettu 17.4.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012b. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/euroopan-kuluttajakeskus/> (Luettu 20.4.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012c. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/etamyynti/peruutusoikeus/> (Luettu 26.4.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012d. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/etamyynti/verkkokaupan-muistilista/> (Luettu 1.5.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012e. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/esita-vaatimuksesi-kirjallisena/> (Luettu 1.5.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012f. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/tuomioistuimen-ulkopuolinen-riitojenratkaisu-adr/> (Luettu 1.5.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012g. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/oikeudenkaynti/> (Luettu 1.5.2012)

Euroopan kuluttajakeskus 2012h. Saatavissa: <http://www.ecc.fi/fi-FI/rss/ajankohtaista-euroopan-kuluttajakeskuksesta/ranskalaiset-ja-englantilaiset-kuluttajat-peraavat-oikeuksiaan-eniten-euroopassa> (Luettu 16.5.2012)

Euroopan kuluttajakeskuksen toimintakertomus 2010. Saatavissa:

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/42c690e8-8a6a-4d3f-ac39-05e2d48a00fe/Toimintakertomus%202010.pdf> (Luettu 20.4.2012)

Euroopan oikeudellinen verkosto. Saatavissa:

http://ec.europa.eu/civiljustice/jurisdiction_courts/jurisdiction_courts_ec_fi.htm (Luettu 1.5.2012)

FiCom ry. Sähköisen kuluttajakaupan käytännesäännöt. Saatavissa:

http://www.ficom.fi/ajankohtaista/ajankohtaista_1_1.html?Id=1037972467.html#54 (Luettu 23.4.2012)

Fimea 2012. Saatavissa: http://www.fimea.fi/laakealan_toimijat/luokittelu (Luettu 30.4.2012)

Global Shopping 2012. Saatavissa:

<http://www.globalshopping.fi/info/palautusoikeus-ja-kulut> (Luettu 27.4.2012)

Helsingin Sanomat 26.4. Verkkokauppa on Euroopan mahdollisuus. Saatavissa: <http://www.hs.fi/paakirjoitukset/Verkkokauppa+on+Euroopan+mahdollisuus/a1305560714295> (Luettu 27.4.2012)

Helsingin seudun kauppakamarin jäsentiedote. Saatavissa: <http://jasentiedote.chamber.fi/index.php/jasentiedote/Lakiasiat/Lainvalinta-kansainvalisissae-kauppasopimuksissa/%28language%29/fin-FI> (Luettu 26.4.2012)

Helsingin seudun kauppakamari sopimusasiat. Saatavissa: http://www.helsinki.chamber.fi/index.phtml?1262_m=1293&1262_o=20&s=156 (Luettu 26.4.2012)

Howard verkkokauppa-apuri a. Saatavissa: <http://fi.theshoppingassistant.com/> (Luettu 1.5.2012)

Howard verkkokauppa-apuri b. Saatavissa: <http://fi.theshoppingassistant.com/index.php?id=32> (Luettu 26.4.2012)

Kuluttajaliitto 2012. Saatavissa: http://www.kuluttajaliitto.fi/teemat/kuluttajan_oikeudet/kotimyynti_ja_etamyynti (Luettu 25.4.2012)

Kuluttajan käsikirja 2005. Helsinki: Edita Prima Oy

Kuluttajariitalautakunta 2012a. Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/?language=fi&linkID=0&subLinkID=0> (Luettu: 20.4.2012)

Kuluttajariitalautakunta 2012b. Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/tietoa-kuluttajariitalautakunnasta/?language=fi&linkID=8&subLinkID=0> (Luettu 20.4.2012)

Kuluttajariitalautakunta 2012c. Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/valitus-lautakuntaan/?language=fi&linkID=4&subLinkID=0> (Luettu 1.5.2012)

Kuluttajariitalautakunta 2012d. Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/valitus-lautakuntaan/valituksen-kasittely/?language=fi&linkID=4&subLinkID=3> (Luettu 1.5.2012)

Kuluttajavirasto 2012a. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/koko-kuluttajahallinto/> (Luettu 17.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012b. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/strategia/> (Luettu 17.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012c. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/tehtavat-ja-toimintatavat/> (Luettu 18.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012d. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/kuluttajaneuvoja/> (Luettu 18.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012e. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/tehtavat-ja-toimintatavat/kuluttajaneuvonnan-ohjaus/> (Luettu 22.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012f. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/organisaatio/> (Luettu 22.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012g. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/strategia/kuluttajaviraston-strategia-2007-2012/> (Luettu 22.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012h. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/etamyynti/viivastys/> (Luettu 24.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012i. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/etamyynti/peruutusoikeus/> (Luettu 24.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012j. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/etamyynti/vahvistus/> (Luettu 25.2.2012)

Kuluttajavirasto 2012k. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/etamyynti/palautus/> (Luettu 25.4.2012)

Kuluttajavirasto 2012l. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/reklamaatio/> (Luettu 1.5.2012)

Lindström, L. Johtaja. Euroopan kuluttajakeskus Suomessa. 15.5.2012

Suomen Pankki. Korkolain mukainen viivästyskorko. Saatavissa: http://www.suomenpankki.fi/fi/suomen_pankki/ajankohtaista/tiedotteet/Pages/tiedote47_2011.aspx (Luettu 24.4.2012)

Tilastokeskus 2011. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_005_fi.html (Luettu 17.4.2012)

Tulli 2012a. Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/netista_ostaminen/index.jsp (Luettu 27.4.2012)

Tulli 2012b. Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/tulliselvitys/tavaranimike_verot_maksut/index.jsp (Luettu 29.4.2012)

Tulli 2012c. Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/netista_ostaminen/tullit_ja_verot/esimerkkeja/index.jsp (Luettu 29.4.2012)

Tulli 2012d. Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/index.jsp (Luettu 27.4.2012)

Tullin verkkokauppaopas. Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/julkaisut_ja_esitteet/asiakasohjeet/ostaminen_ulkomailta/tiedostot/019_yksityish.pdf (Luettu 28.4.2012)

Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=25290&lan=fi> (Luettu 30.4.2012)

Ämmälä, T 2006. Suomen Kuluttajaoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy

Willebrand, M 2002. Kauppapaikka verkossa. Helsinki WSOY lakitieto

Lainsäädäntö

Arvonlisäverolaki (30.12.1993/1501) Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931501?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=arvonlis%C3%A4verolaki>

Etämyyntidirektiivi (97/7/EY). Saatavissa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0007:FI:HTML> (Luettu 27.4.2012)

Hallituksen esitys (HE 311/2010) Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2010/2010031>

Kauppalaki (27.3.1987/355). Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870355?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kauppalaki>

Korkolaki (20.8.1982/633) Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1982/19820633?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=korkolaki>

Kuluttajansuojalaki (20.1.1978/38). Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kuluttajansuojalaki>

Laki kuluttajaneuvonnasta (5.12.2008/800). Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2008/20080800>

Laki kuluttajariitalautakunnasta (12.1.2007/8). Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2007/20070008?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=laki%20kuluttajariitalautakunnasta>

Laki Kuluttajavirastosta (18.12.1998/1056) Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19981056>

Rooman yleissopimus 1980. Saatavissa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:41998A0126%2802%29:FI:NOT>

Tullilaki (29.12.1994/1466) Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941466?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=tullilaki>

Oikeuskäytäntö

Kuluttajariitalautakunta (856/36/06). Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/lautakunnan-ratkaisuja/?action=read&id=447>

Kuluttajariitalautakunta (4665/32/08). Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/lautakunnan-ratkaisuja/?action=read&id=684>

Kuluttajariitalautakunta (03/36/3370). Saatavissa: <http://www.kuluttajariita.fi/lautakunnan-ratkaisuja/?action=read&id=271>

Liite 1. Teemahaastattelun kysymykset

1. Miten kuvailisitte Euroopan kuluttajakeskuksen roolia suomalaisessa ja koko Euroopan laajuisessa kuluttajansuojahallinnossa?
2. Mitkä ovat yleisimmät ongelmat, joihin suomalainen kuluttaja törmää tehdes-
sään rajat ylittävää kauppaa verkossa?
3. Painottuvatko ongelmat joihinkin tiettyihin tuotteisiin tai palveluihin?
4. Painottuvatko ongelmat johonkin tiettyyn osaan/maahan Euroopassa?
5. Mitkä ovat ne konkreettiset keinot, joilla Euroopan kuluttajakeskus pyrkii aut-
tamaan suomalaista kuluttajaa mahdollisessa ongelma tilanteessa?
6. Jos riita kuluttajaan ja elinkeinonharjoittajan välillä ei Euroopan kuluttajakes-
kuksen sovittelulla ratkea ja päädytään etsimään tuomioistuimen ulkopuolista
ratkaisuelintä ja asia viedään sen käsiteltäväksi, kuinka pitkään käsittely keski-
määrin kestää?
7. Mainitkaa kolme tärkeintä seikkaa/ohjetta suomalaisen kuluttajan turvallisen
verkkokaupankäynnin kannalta.